



Norādījumi par konkurences novērtēšanu

Konkurences novērtēšanas metodiskais līdzeklis, II sējums

Versija 2.0

EKONOMISKĀS SADARBĪBAS UN ATTĪSTĪBAS ORGANIZĀCIJA

Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācija (ESAO) ir unikāls forums, kurā 31 demokrātiskas valsts valdība kopīgi strādā, lai risinātu ekonomiskas, sociālas un vides problēmas, kuras rada globalizācija. ESAO ir arī liela nozīme centienos izprast tādas jaunas parādības un problēmas kā korporatīvā pārvaldība, informācijas ekonomika un grūtības, ko rada iedzīvotāju novecošanās, un mēģinājumos palīdzēt valstīm reaģēt uz šīm pārmaiņām. Šī organizācija nodrošina vidi, kurā valstis var salīdzināt politisko pieredzi, risināt kopīgas problēmas, noteikt paraugprakses piemērus un strādāt, lai saskaņotu iekšpolitiskos un starptautiskos politiskos jautājumus.

ESAO dalībvalstis ir Apvienotā Karaliste, ASV, Austrālija, Austrija, Beļģija, Čehija, Čīle, Dānija, Francija, Grieķija, Itālija, Īrija, Īslande, Japāna, Jaunzēlande, Kanāda, Koreja, Luksemburga, Meksika, Nīderlande, Norvēģija, Polija, Portugāle, Slovākija, Somija, Spānija, Šveice, Turcija, Ungārija, Vācija un Zviedrija. ESAO darbībā piedalās Eiropas Kopienų Komisija.

ESAO izdevniecība izplata informāciju, kas iegūta, organizācijai vācot statistikas datus par dažādiem ekonomiskiem, sociāliem un vides jautājumiem un tos pētot, kā arī publicē konvencijas, vadlīnijas un standartus, par kuriem vienojušās organizācijas dalībvalstis.

Par šī darba publicēšanu ir atbildīgs ESAO ģenerālsekretārs. Tajā izteiktie uzskati un apgalvojumi ne vienmēr atspoguļo ESAO dalībvalstu oficiālos viedokļus.

© ESAO 2010

Šis ESAO publikācijas saturs var kopēt, lejupielādēt un drukāt savām vajadzībām, un izvilktumus no ESAO publikācijām, datubāzēm un multivides produktiem var iekļaut citos dokumentos, prezentācijās, emuāros, tīmekļa vietnēs un mācību materiālos, pievienojot atbilstošu norādi par ESAO kā informācijas avotu un autortiesību īpašnieks. Publiskas vai komerciālas izmantošanas un tulkošanas tiesību pieprasījumi jāiesniedz rights@oecd.org. Šī materiāla fotokopēšanas atļaujas pieprasījums publiskai vai komerciālai izmantošanai Autortiesību atļauju centram [*Copyright Clearance Center*] info@copyright.com vai *Centre francais d'exploitation du droit de copie* pa e-pastu contact@cfcopies.com.

Priekšvārds

Lielāka konkurence var uzlabot valsts ekonomisko sniegumu, radīt uzņēmējdarbības iespējas tās iedzīvotājiem un samazināt preču un pakalpojumu cenas visā ekonomikā. Taču konkurenci tirgū ierobežo neskaitāmi normatīvie akti. Daudzi no tiem ir stingrāki, nekā nepieciešams, lai sasniegtu to īstenotās politikas mērķus. Nevajadzīgus ierobežojumus valdības var samazināt, izmantojot ESAO "Konkurences novērtēšanas metodisko līdzekli" [*Competition Assessment Toolkit*]. Šajā metodiskajā līdzeklī ir izklāstīta vispārējā metodoloģija, lai identificētu nevajadzīgus ierobežojumus un izstrādātu alternatīvu, mazāk ierobežojošu politiku, ar kuru arī var sasniegt valdības mērķus. Viena no svarīgākajām metodiskā līdzekļa sastāvdaļām ir konkurences pārbaudes lapa, kurā uzdoti vairāki vienkārši jautājumi, lai noteiktu, kuri normatīvie akti potenciāli var nevajadzīgi ierobežot konkurenci. Šādā pārbaudē valdības ierobežotie resursi tiek koncentrēti tajās jomās, kurās konkurences novērtējums ir vajadzīgs visvairāk.

Šos materiālus valdības var izmantot trijos galvenajos veidos:

- lai izvērtētu spēkā esošus normatīvos aktus (ekonomikā kopumā vai atsevišķās nozarēs);
- lai izvērtētu jaunu normatīvo aktu projektus (piemēram, izmantojot regulatīvās ietekmes novērtējuma programmas);
- tos var izmantot valsts iestādes, kuras ir iesaistītas politikas izstrādē un izvērtēšanā, piemēram, ministrijas, kuras izstrādā tiesību aktus, vai konkurences uzraudzības iestāde, lai novērtētu noteikumu ietekmi uz konkurenci.

Metodiskais līdzeklis ir paredzēts decentralizētai izmantošanai valsts pārvaldē gan valsts līmenī, gan zemākā līmenī. Šāds elastīgs materiālu izmantojums ir vajadzīgs, jo konkurences ierobežojumus var radīt daudzos pārvaldes līmeņos un konkurences novērtējums var būt noderīgs visos šajos līmeņos. Viens no visveiksmīgākajiem piemēriem par konkurenci veicinošām reformām federālā sistēmā ir 20. gadsimta deviņdesmito gadu vidū Austrālijā īstenotās plašās konkurenci veicinošās reformas, kas notika gan valsts, gan pavalstu līmenī. Kopš tā laika Austrālijā ir vērojama stabila ekonomiskā attīstība un liela un pastāvīga izaugsme, kas Austrāliju no ekonomikas ar vidējiem rādītājiem ir padarījusi par vienu no ESAO dalībvalstīm ar vislabākajiem ekonomiskajiem rādītājiem.

Metodiskā līdzekļa materiāli ir paredzēti amatpersonām, kuras nav speciālas sagatavotības ekonomikas vai konkurences politikas jautājumos. Institucionālā ziņā iespējamie lietotāji var būt ministrijas, likumdevējas iestādes, valsts vadītāju biroji, pavalstu pārvalde un neatkarīgie politikas vērtētāji. "Konkurences novērtēšanas metodiskais līdzeklis" ir pieejams daudzās valodās, lai sekmētu tā plašu izmantošanu un pielāgošanu.

"Konkurences novērtēšanas rokasgrāmatā" ir izklāstīti sīki tehniskie norādījumi par būtiskākajiem jautājumiem, kas jāņem vērā, veicot konkurences novērtēšanu, kā arī ir sniegti vairāki konkurences novērtēšanas piemēri. Šo sējumu papildina otrs sējums, kas saucas "Konkurences novērtēšanas principi" un kas iepazīstina ar konkurences pārbaudes lapu, sniedz konkurences priekšrocību piemērus un kurā aprakstīts, kā atsevišķas valdības izvērtē politikas ietekmi uz konkurenci. Kopā abi šie minētie sējumi veido "Konkurences novērtēšanas metodisko līdzekli". Citus saistītos materiālus var atrast ESAO tīmekļa vietnē, pašlaik www.oecd.org/competition/toolkit.

PATEICĪBAS

Konkurences novērtēšanas metodisko līdzekli izstrādāja Konkurences komitejas 2. darba grupa, kuras darbā piedalījās daudzu delegāciju pārstāvji gan no ESAO dalībvalstīm, gan valstīm, kas nav ESAO dalībvalstis.

ESAO Sekretariātā materiālus sagatavoja Rekss Deitons-Smits [*Rex Deighton-Smith*], Šons F. Īniss [*Sean F. Ennis*], Viveks Gosals [*Vivek Ghosal*] un Marta Troja-Martinesa [*Marta Troya-Martinez*]. Konkurences novērtēšanas projektu vadīja Šons F. Īniss no Konkurences nodaļas. Dokumentācijas sagatavošanā palīdzēja Vendija Hūeta [*Wendy Houet*], Lorens Lenganajs [*Laurence Langanay*] un Edvards Smailijs [*Edward Smiley*].

Saturs

1. Ievads	7
2. Konkurences novērtējumi	9
3. Jēdzieni un sistēma konkurences novērtēšanai tirgū	11
3.1. Galvenie jēdzieni konkurences novērtēšanā	13
3.1.1. Tirgus vara	13
3.1.2. Šķēršļi ienākšanai tirgū	14
3.1.3. Jaunu uzņēmumu ienākšana	16
3.1.4. Uzņēmumu iziešana no tirgus	17
3.1.5. Inovācija un efektivitāte	18
3.1.6. Konkurentu izmaksu palielināšana	19
3.2. Kopsavilkums un saikne ar novērtējumiem par normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci	19
4. Regulatīvie pasākumi	20
4.1. Normatīvie akti, kas ierobežo piegādātāju skaitu vai loku	22
4.1.1. Normatīvie akti par ienākšanu tirgū	23
4.1.2. Ekskluzīvu tiesību piešķiršana vai to termiņa pagarināšana	28
4.1.3. Normatīvie akti par preču, pakalpojumu un kapitāla plūsmu starp pavalstīm vai reģioniem	30
4.2. Normatīvie akti, kas ierobežo piegādātāju konkurētspēju	32
4.2.1. Noteikumi par reklāmu un tirgdarbību	33
4.2.2. Noteikumi par saturu un standartu noteikšanu	37
4.2.3. Izņēmuma noteikumi (<i>grandfather clauses</i>).....	39
4.2.4. Cenu ietekmējoši noteikumi	43
4.3. Normatīvie akti, kas samazina piegādātāju stimulu konkurēt	47
4.3.1. Pašregulācijas veicināšana	48
4.3.2. Sadarbība un informācijas apmaiņa	51
4.3.3. Noteikumi, kas daļēji vai pilnīgi atbrīvo darbības no valsts konkurences tiesību piemērošanas	54
4.4. Patērētāja izvēle un lēmuma pieņemšana	56
4.4.1. Spēja izvēlēties	57
4.4.2. Piegādātāja maiņas izmaksas	59
4.4.3. Atbilstīga un noderīga informācija	61
4.5. Kopsavilkums	62
5. Normatīvo aktu ietekmes uz konkurenci vispārējā novērtēšanas sistēma	63
5.1. Novērtējiet ietekmi uz pašreizējiem tirgus dalībniekiem	64
5.2. Novērtējiet ietekmi uz jauno uzņēmumu ienākšanu tirgū	65
5.3. Novērtējiet ietekmi uz cenām un ražošanu	65
5.4. Novērtējiet ietekmi uz preču un pakalpojumu kvalitāti un daudzveidību	66
5.5. Novērtējiet ietekmi uz inovāciju	67
5.6. Novērtējiet ietekmi uz tirgus izaugsmi	67
5.7. Novērtējiet ietekmi uz saistītajiem tirgiem	67
5.8. Kopsavilkums par attiecīgā normatīvā akta ietekmi	68
5.9. Piedāvātā normatīvā akta alternatīvas ar mazākiem brīvā tirgus ierobežojumiem	68
6. Novērtēšanas posmi	70
6.1. Sākotnējā novērtēšana	71
6.2. Pilnīga novērtēšana	71
6.3. Piedāvātās alternatīvas	73
7. Secinājumi	73

Ierāmējumi

1. ierāmējums. Ienākšana tirgū	25
2. ierāmējums. Ekskluzīvu tiesību piešķiršana vai to termiņa pagarināšana	29
3. ierāmējums. Preču, pakalpojumu un kapitāla plūsma.....	31
4. ierāmējums. Reklāma un tirgdarbība	35
5. ierāmējums. Izņēmuma noteikumi (<i>grandfather clauses</i>)	40
6. ierāmējums. Informācijas problēmas	45
7. ierāmējums. Pašregulācija.....	50
8. ierāmējums. Sadarbība un informācijas apmaiņa	52
9. ierāmējums. Darbību atbrīvošana no konkurences tiesību piemērošanas.....	54
10. ierāmējums. Piegādātāja maiņas izmaksas.....	60

Pielikumi

A pielikums. Tirgus noteikšana un struktūras analīze	81
B pielikums. Konkurences novērtējumu paraugi	87
1. Noteikumi par taksometriem	88
2. Noteikumi par zobārstniecību.....	95
3. Gaisa kvalitātes noteikumi	101

NORĀDĪJUMI PAR KONKURENCES NOVĒRTĒŠANU*

1. Ievads

Valdības bieži iejaucas tirgū, lai regulētu uzņēmumu rīcību. Šādas iejaukšanās pamatā var būt ekonomiski pamatoti iemesli kā, piemēram, tirgus nepilnību novēršana, ko ietekmē ārēji faktori, valsts resursu un sabiedrisko labumu pārraudzība, tirgus varas ierobežošana un nepietiekamas vai pretrunīgas informācijas radītas neefektivitātes samazināšana. Papildus ekonomikas regulēšanai valdības regulē uzņēmumu rīcību, lai sekmētu mērķu sasniegšanu veselības, drošības un vides kvalitātes jomā. Turpmāk izklāstītie piemēri ilustrē ekonomisko un sociālo mērķu lielo daudzveidību un to sasniegšanai izstrādāto politiku:

- lai nepieļautu tirgus varas izmantošanu dabīgajos monopoluzņēmumos, valdības parasti izmanto cenas un peļņas normas regulēšanu;
- lai kontrolētu negatīvās sekas, ko rada piesārņojums, valdības paredz nodokļus, nosaka kvotas un ievieš inovatīvas shēmas, piemēram, atļaujot tirdzniecību ar emisiju kvotām;
- lai nodrošinātu klientu aizsardzību, valdības nosaka farmācijas izstrādājumu un medicīniskā aprīkojuma kvalitātes standartus;
- lai samazinātu tādas nelaimes gadījumus darba vietās, kas var apdraudēt cilvēku dzīvību, valdības iejaucas, nosakot drošības vadlīnijas un standartus, un,
- lai uzlabotu automobiļu pasažieru drošību, valdības paredz noteikumus par obligātu drošības jostu un spilvenu izmantošanu automobiļos.

Šie dažādie piemēri ir tikai neliela daļa no sociālajiem un ekonomiskajiem mērķiem, kurus valdības var sasniegt, izvēloties konkrētu politiku. Valdības rīcība ir ļoti svarīga, lai sasniegtu vēlamos valsts politikas mērķus.

Sarežģītākais uzdevums, kas rodas politikas veidotājiem, ir noteikt, kāda valdības vai privātā sektora rīcība būtu vispiemērotākā attiecīgo mērķu sasniegšanai. Pēdējos gados daudzās valstīs ir uzsāktas reformas, kuru mērķis ir uzlabot normatīvo aktu kvalitāti un līdz minimumam samazināt vadības un kontroles pasākumus valsts ekonomikā. Konkurences ierobežojumi, kas var rasties slikti izstrādātu normatīvo aktu dēļ, var ierobežot šo mērķu sasniegšanu. ESAO 1997. gada ziņojumā par regulatīvo reformu ir norādīts:

“Neatkarīgi no tā, ka gandrīz visa saimnieciskā darbība notiek tirgos, kuros ir efektīva konkurence, aizvien pieaug ekonomikas regulēšana, kas samazina konkurenci un izkropļo cenas. Regulēšana notiek daudzos veidos dažādos pārvaldes līmeņos, sākot ar tiesiskajiem monopoliem, kas bloķē konkurenci visā sektorā, un beidzot ar mazāk redzamiem ierobežojumiem saistībā ar uzņēmumu izveidi un darbību, piemēram, uzņēmumu licenču kvotas un veikalu darba laiks. Tomēr bieži ir pierādījies, ka ekonomikas regulēšana ir ļoti dārgs un neefektīvs sabiedrības interešu aizstāvēšanas veids. Ja nav skaidru pierādījumu, ka šāda regulēšana ir vajadzīga sabiedrības interesēs, tad valdībām par prioritāru uzdevumu ir jānosaka šādu konkurenci ierobežojošas ekonomikas regulēšanas pasākumu noteikšana un atcelšana.”

* Autors Viveks Gosals no Džordžijas Tehnoloģiju institūta Ekonomikas skolas [*School of Economics, Georgia Institute of Technology*]. Ieteikumus un būtisku ieguldījumu šā materiāla izstrādē deva arī Šons Īniss.

Vēl viens iemesls, kas ir radījis nepieciešamību veikt regulatīvas reformas, ir pakāpeniska pasaules tirgu atvēršana preču, pakalpojumu un kapitāla plūsmi. Kā ir norādījuši daudzi zinātnieki un politikas veidotāji – lai gūtu panākumus pasaules tirgos, ir vajadzīgs konkurētspējīgs un inovatīvs iekšējais tirgus. Tradicionālākie vadības un kontroles pasākumi bieži ir tie, kas kavē preču, pakalpojumu, investīciju un tehnoloģiju plūsmu valsts reģionos, liedzot patērētājiem priekšrocības, kuras sniedz konkurence un inovācijas. Daudzi ir apgalvojuši, ka ierobežojumu samazināšana var palīdzēt valsts ekonomikai straujāk pielāgoties mainīgajiem pasaules tirgiem un novirzīt resursus no lejupslīdē esošām nozarēm uz darbībām ar augstu izaugsmi un inovatīvām darbībām. Ja nozarēs, kurām raksturīgas straujas tehnoloģiskas izmaiņas vai starptautiska mobilitāte, netiek novērsti konkurences ierobežojumi, tad tas var mazināt izaugsmi atsevišķās firmās un ekonomikā kopumā. Ņemot to vērā, aizvien lielākā skaitā valstu pēdējos gados tiek uzsākas ambiciozas programmas, lai samazinātu regulatīvo slogu un uzlabotu normatīvo aktu kvalitāti un efektivitāti.

Regulatīvā reforma un tiesiskā regulējuma kvalitātes uzlabošana var palielināt produktivitāti, kā arī sekmēt cenu pazemināšanos, vienlaicīgi uzlabojot kvalitāti un paplašinot preču un pakalpojumu klāstu. Daudzos pētījumos, tostarp vairākos ESAO veiktos pētījumos, ir minēta regulatīvo reformu labvēlīgā ietekme konkrētās nozarēs. ESAO (1997. gada) ziņojumā ir norādīts, ka saskaņā ar aprēķiniem reformas dažos sektoros ASV ik gadu dod labumu patērētājiem un ražotājiem no 42 līdz 54 miljardiem ASV dolāru. Ir aprēķināts, ka, aizstājot daudzas atsevišķas valstu prasības ar vienu Eiropas mēroga prasību, Eiropas IKP laika posmā no 1987. gada līdz 1993. gadam ir palielinājies par līdz pat 1,5 procentiem. Efektivitātes palielināšana, kas panākta, atceļot ierobežojumus, Japānā ir palielinājusi patērētāju ienākumus par aptuveni 0,3 procentiem gadā jeb par 36 miljardiem ASV dolāru gadā. ESAO ziņojumā ir norādīts, ka, izvērtējot 15 ASV veiktos tiesiskā regulējuma novērtējumus, ir secināts, ka to veikšanai ir vajadzīgi 10 miljoni ASV dolāru, bet pēc regulējuma pārskatīšanas tiek iegūti aptuveni 10 miljardi ASV dolāru, kas nozīmē to, ka ieguvuma un izmaksu attiecība ir aptuveni 1000 pret 1. Kanādas uzņēmējdarbības ietekmes pārbaude tiek uzskatīta par ļoti efektīvu saistībā ar tiesiskā regulējuma ietekmi uz maziem un vidējiem uzņēmumiem. Citos nesen veiktos aprēķinos konstatēts, ka, īstenojot konkurenci veicinošas reformas, Austrālijā viena ģimene gadā gūst labumu vidēji 4000 eiro apmērā.

Kaut arī valdība pieņem normatīvos aktus, lai aizstāvētu plašas leģitīmas sociālās un ekonomiskās intereses, ir svarīgi ņemt vērā priekšrocības, kuras valsts ekonomikai un patērētājiem var sniegt lielāka konkurence. Viens no secinājumiem var būt tāds, ka, tā kā konkurētspējīgi tirgi lielākajā daļā gadījumu var dot lielu ekonomisko labklājību, tad normatīvo aktu ietekmes uz konkurenci novērtēšana dos būtisku labumu. ESAO (1997) norādīts:

“Ekonomikas un sociālajai politikai ir jābūt abpusēji veicinošām. Konkurences ierobežojumi kā, piemēram, ierobežojumi iekļūšanai tirgū, cenas, ražošanas apjoma vai metožu ierobežojumi, ir ļoti dārgi sabiedrības interešu aizstāvēšanas veidi, [un] nereti tie nav bijuši efektīvi [...]. Pastāv lētāki risinājumi, piemēram, tirgus stimulēšana vai konkurenci neietekmējošas pieejas, kas konkurences tirgos darbojas labāk. Neatkarīgi no izmantotās pieejas ir jānovērtē tās efektivitāte. Saprātīgi standarti, kuri attiecas uz visiem ražotājiem un kuru pamatā ir ieguvuma un izmaksu analīze, zinātniski kritēriji un riska novērtēšanas metodes, un kuri tiek īstenoti efektīvi, ir ļoti būtiski, lai tiesiskais regulējums būtu stabils.”¹

¹ Jau daudz agrāk Engmans [Engman] (1974) uzskatīja, ka ASV federālie pārvadāšanas noteikumi, kurus pieņēma Civilās aviācijas padome [Civil Aeronautics Board] un Starptautu tirdzniecības komisija [Interstate Commerce Commission], mazina cenu konkurenci, kavē iekļūšanu tirgū un palielina pārvadāšanas izmaksas, kas

Kopumā šķiet, ka, novērtējot normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci tirgū, var iegūt papildu informāciju par tirgus darbību, noskaidrot faktorus, kas jāņem vērā lēmumu pieņemšanā, un sniegt politikas veidotājiem svarīgu līdzekli, kurš var palīdzēt lēmumu pieņemšanā, kad tiek novērtētas normatīvu priekšrocības un trūkumi. Ņemot vērā šo mērķi, šis dokuments ir izstrādāts, lai sniegtu politikas veidotājiem vispārēju sistēmu par to, kā novērtēt dažādu normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci. Lai novērtētu normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci, dokumentā ir izmantota konkurences tiesību piemērošanas sistēma un jēdzieni. Šajā saistībā šajā dokumentā:

1. Ir izklāstīti galvenie jēdzieni, kurus konkurences uzraudzības iestādes izmanto, lai piemērotu konkurences tiesības. Šie jēdzieni citu starpā ir saistīti ar tirgus varu, tirgus struktūru, šķēršļiem iekļūšanai tirgū, uzņēmumu iekļūšanu un izešanu no tirgus, kā arī pašreizējo tirgus dalībnieku efektivitāti un inovāciju, un rīcību. Galvenais mērķis šajā gadījumā ir sniegt amatpersonām, kuras veic konkurences novērtēšanu, informāciju par galvenajiem jēdzieniem, kurus var izmantot, lai novērtētu kaitējumu konkurencei, ko, iespējams, ir radījuši dažādi normatīvie akti. Šī informācija ir izklāstīta 3. sadaļā;

2. Ir apkopoti daudzi normatīvie akti, kuri ietekmē konkurenci, piemēram, normatīvie akti, kas citu starpā saistīti ar iekļūšanu tirgū, reklāmu, izņēmuma noteikumiem, preces saturu un kvalitāti, preču un pakalpojumu plūsmu, ekskluzīvām tiesībām. Par katru normatīvo aktu veidu šajā dokumentā ir izklāstīts īss to pamatojums, izceltas iespējamās ar konkurenci saistītās problēmas un sniegti piemēri no dažādām valstīm. Šī informācija ir izklāstīta 4. sadaļā;

3. Ir izklāstīta vispārēja sistēma, kā arī metodoloģija, ar kuru amatpersonas soli pa solim var novērtēt dažādu normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci. Ietekmes uz konkurenci novērtējumu veic divos posmos, "sākotnējā novērtējuma" posmā veicot vienkāršu pārskatīšanu, pēc kuras veic "pilnīgu novērtējumu", ja sākotnējā novērtējumā tiek konstatēti būtiski konkurences ierobežojumi. Šī informācija ir izklāstīta 5. un 6. sadaļā.

Nākamajā sadaļā ir sniegta vispārēja informācija par ESAO iniciatīvām saistībā ar regulatīvām reformām un konkurences novērtējumu nozīmi normatīvo aktu kvalitātes uzlabošanā.

2. Konkurences novērtējumi

ESAO iniciatīvu rezultātā regulatīvo reformu process ir kļuvis precīzāks, strukturētāks un pārredzamāks, un tās ir izmantotas, lai novērtētu normatīvo aktu ieguvumu un izmaksas, distributīvo ietekmi un alternatīvās pieejas, kas paredzētas noteikto mērķu sasniegšanai, kā arī nesamērīgo ietekmi uz maziem uzņēmumiem. Tā kā valdības pieņemtajiem normatīvajiem aktiem ir dažādi un svarīgi sociālie un ekonomiskie mērķi, tad ir pašsaprotams, ka pirms ikvienas regulatīvas reformas vai novērtēšanas ir sabalansēti jāizvērtē visi sociālie un ekonomiskie ieguvumi un izmaksas, lai varētu pieņemt taisnīgu un objektīvu lēmumu. Nesen tika uzsākta kāda svarīga iniciatīva, kura ir saistīta ar normatīvo aktu ietekmes uz konkurenci novērtējumiem un kuras mērķis ir novērtēt iespējamo kaitējumu, ko konkurencei var radīt daži valdības pieņemti normatīvie akti, kā arī dažādi profesionālo organizāciju ierobežojumi.

samazina ekonomisko izaugsmi. Makavojis [MacAvoy] ir rakstījis (1992, 1. lpp.): "Pastāv ne tikai raizes par to, ka tiesiskais regulējums nepilda savu mērķi aizsargāt atsevišķas patērētāju grupas, bet ir radies iespaids, ka tas ir galvenais iemesls, kāpēc samazinās ekonomiskās izaugsmes rādītāji."

Lielākajā daļā ESAO pārstāvēto valstu normatīvo aktu vērtēšanas procesā tiek veikti konkurences novērtējumi (ESAO, 2004), un tas atbilst ieteikumiem, kas izklāstīti ESAO (2005) ziņojumā par tiesiskā regulējuma kvalitāti un darbību saistībā ar to, ka jaunie un spēkā esošie normatīvie akti ir jāpārskata, lai novērtētu to kvalitāti, ietekmi uz konkurenci un tirgus atvertību.² Kaut arī pastāv vispārēja vienprātība par to, ka konkurences novērtējumi uzlabotu tiesiskā regulējuma kvalitāti un nāciju ekonomisko efektivitāti, tomēr dažādās valstīs ir vērojamas ļoti atšķirīgas pieejas. Var teikt, ka nav pilnībā aprakstīti un sīki analizēti jēdzieni, metodes un sistēma, kas ir jāizmanto, lai veiktu konkurences novērtēšanu, kā arī normatīvo aktu ietekmes uz konkurenci novērtēšanas jomā trūkst stabilitātes un pārredzamas īstenošanas sistēmas.

Ir lietderīgi īsi salīdzināt Regulatīvās ietekmes analīzes (RIA) standartpieeju ar jaunajām konkurences novērtēšanas iniciatīvām. Var pamanīt divas iespējamās atšķirības. Pirmkārt, tipiskā RIA analīzē uzmanību galvenokārt pievērš kvantitatīviem rādītājiem un novērtē ieguvumus no normatīvajiem aktiem un to izmaksas. Savukārt konkurences novērtējumus parasti veic, lai iegūtu vairāk informācijas kvalitatīvu secinājumu izdarīšanai par iespējamo negatīvo ietekmi uz konkurenci. Otrkārt, RIA mērķis parasti nav izpētīt tirgus dalībnieku rīcību un tās izmaiņas. Normatīvie akti var izmainīt tirgus dalībnieku motivāciju, un svarīgs konkurences novērtējumu aspekts ir gūt izpratni par to, kā normatīvie akti varētu ietekmēt tirgus dalībnieku rīcību un konkurenci. Kopumā ir svarīgi saprast, ka konkurence un no tās gūtie labumi savā būtībā strauji mainās. Labumi, kas ir saistīti ar lielāku efektivitāti un inovāciju, zemākām cenām un lielāku preču un pakalpojumu dažādību, parasti netiek iegūti uzreiz, bet tie kļūst izteiktāki laika gaitā. Šādā ziņā konkurences novērtējumi, kuru mērķis ir novērtēt tirgus dalībnieku rīcības izmaiņas un prognozēt ieguvumus un izmaksas ilgtermiņā, ir neaizstājams līdzeklis normatīvo aktu novērtēšanā. Savukārt parastos RIA novērtējumus un jaunās konkurences novērtēšanas iniciatīvas var uzskatīt par papildu ieguldījumu normatīvo aktu kvalitātes un efektivitātes uzlabošanā, kā arī, vispārīgi runājot, ekonomiskās efektivitātes un labklājības uzlabošanā.

Konkurences novērtējumu nozīme ir atbilstīgi izklāstīta Austrālijas konkurences principu nolīguma [*Australian Competition Principles Agreement*] sadaļā "Likumdošanas pamatprincipi" [*Guiding Legislative Principle*]. Pamatprincipis nosaka to, ka normatīvie akti nedrīkst ierobežot konkurenci, izņemot, ja var pierādīt, ka (Austrālijas valdība, 1996):

- 1) ieguvumi no ierobežojuma kopumā atsver izmaksas;
- 2) normatīvā akta mērķus var sasniegt tikai tad, ja tiek ierobežota konkurence.

² Piemēram, 2005. gada jūnijā Eiropas Komisija (EK), īstenojot savu Labāka regulējuma programmu [*Better Regulation Agenda*], pieņēma pārskatītās "Ietekmes novērtējuma pamatnostādnes" [*Impact Assessment Guidelines*], kuras attiecās uz visām likumdošanas un politiskajām iniciatīvām, tostarp EK gada darbības programmu. Ietekmes novērtējuma pamatnostādnes ir atzīts, ka "spēcīga konkurence uzņēmējdarbību veicinošā vidē ir galvenais ražīguma izaugsmes un konkurētspējas dzinulis". Konkurentu novērtēšana ir būtiska ietekmes novērtējuma daļa. Tāpat, piemēram, 2005. gadā Meksikas Federālā konkurences komisija [*Mexican Federal Competition Commission*] (MFKK) un Federālā Tiesiskā regulējuma uzlabošanas komisija [*Federal Commission on Regulatory Improvement*] (FNUK) parakstīja sadarbības līgumu, lai veicinātu sadarbību starp konkurences un tiesiskā regulējuma uzlabošanas institūcijām. Ar šo līgumu tika izveidots agrās brīdināšanas mehānisms, kuru FNUK var izmantot, ja tā saņem pārskatīšanai iesniegtu normatīvā akta projektu un šis normatīvā akta projekts ietekmē konkurenci. Sākot ar 2006. gadu, MFKK ir tiesības federālās valdības ministriņām un aģentūrām iesniegt saistošus atzinumus par normatīvo aktu, politikas un programmu projektiem, ja tiem ir negatīva ietekme uz konkurenci.

ESAO ziņojumā “Tiesiskā regulējuma kvalitātes un darbības pamatprincipi” (2005) ir apgalvots, ka jaunie un spēkā esošie normatīvie akti ir jāpārskata, lai novērtētu to ietekmi uz konkurenci, un ka

“ir jāizstrādā ekonomiski normatīvie akti visos sektoros, lai veicinātu konkurenci un efektivitāti, izņemot tad, ja ir skaidri pierādījumi, kas liecina, ka tas ir vislabākais veids, kā aizstāvēt sabiedrības intereses, [un] [...] periodiski ir jāpārskata tie normatīvie akti, kuri ierobežo iekļūšanu tirgū, pieeju tam, iziešanu no tirgus, cenas, ražošanas apjomu, ierasto komercdarbības praksi un uzņēmējdarbības organizāciju formas, lai nodrošinātu to, ka ieguvumi no tiesiskās regulēšanas ir lielāki par izmaksām un ka attiecīgo normatīvo aktu mērķus nevar sasniegt ar citiem pasākumiem, kuri konkurenci ietekmētu mazāk”.

Kaut arī mūsu līdzšinējā diskusijā uzmanība galvenokārt bija veltīta tam, ka ir jāpārstrādā normatīvie akti un attiecīgajā gadījumā tie jāpadara efektīvāki vai jāmazina to ietekme (vai jāatceļ pilnībā), ir svarīgi ņemt vērā, ka normatīvo aktu kvalitātes un efektivitātes uzlabošana un konkurences novērtēšana ne vienmēr nozīmē to, ka ir jāsamazina normatīvo aktu ietekme vai ka tie ir jāatceļ. Kā minēts 4. sadaļā, risinot tādus jautājumus kā piegādātāja maiņas izmaksas, ko rada pašreizējie tirgus dalībnieki, kas agrāk tika regulēti, piemēram, elektroenerģijas, dabasgāzes un telesakaru nozarē, dažkārt ir vajadzīga papildu modrība un daži jauni noteikumi un norādījumi tirgus dalībniekiem, lai samazinātu kaitējumu, ko patērētājiem un jaunajiem tirgus dalībniekiem rada pašreizējie tirgus dalībnieki. Kā vēl vienu piemēru var izmantot pašregulācijas (vai kopregulācijas) jomas, kurās dažas valdības aizvien vairāk paļaujas uz tirgus dalībniekiem, kas sadarbojas un izstrādā savietojamības, kvalitātes un drošības standartus. Pašregulācijas (un kopregulācijas) mehānismu nolūks ir samazināt un pat novērst nepieciešamību pēc tradicionālajiem (vadības un kontroles) valdības normatīvajiem aktiem, un tas neapšaubāmi daudzējādā ziņā nāk par labu gan valdībai, gan tirgus dalībniekiem. Viens no aspektiem, kas ir radījis bažas, ir tas, ka pašregulācijas mehānismi, kuri uzņēmumiem dod iespēju zināmās jomās sadarboties, var novest pie tā, ka šie uzņēmumi saskaņo savas darbības, veic kartelim līdzīgas darbības (piem., cenu noteikšanu) un rada šķēršļus jaunu uzņēmumu ienākšanai tirgū. Tāpēc amatpersonām un valdībām ir jābūt modrām, kā arī ir vajadzīga rūpīgi izstrādātas pārbaudes, lai līdz minimumam samazinātu iespēju radīt negatīvu ietekmi.

Kaut arī kopumā var secināt, ka normatīvie akti tiek izstrādāti, lai sasniegtu svarīgus sociālos un ekonomiskos mērķus, konkurences novērtējumus var uzskatīt par vērtīgu ieguldījumu, lai atklātu kaitējumu konkurencei, ko var radīt daži normatīvie akti, kurus pieņemusi valdība vai noteikusi kāda profesionāla organizācija. Neapdraudot nepieciešamo sociālo un ekonomisko mērķu sasniegšanu, konkurences novērtējumi jāveic ar mērķi, lai regulatīvās iespējas sakārtotu atkarībā no tā, cik lielu labumu tās dod konkurencei. Novērtējumu mērķis ir izcelt tādus alternatīvos pasākumus, ar kuru palīdzību līdzvērtīgā veidā var sasniegt sociālos un ekonomiskos tiesiskā regulējuma mērķus, radot mazāk negatīvu ietekmi uz konkurenci. Tā kā konkurences jomā ir ļoti sarežģīti kvantitatīvā ziņā aprēķināt izmaksas un ieguvumus, šā ziņojuma pamatā ir pieņēmums, ka normatīvo aktu vērtēšanas procesā tiek veikta īpaša konkurences pārbaude. Šādā nozīmē konkurences novērtējumus un RIA procesu var uzskatīt par papildu ieguldījumu tajā, lai politikas veidotāji un valdības varētu pieņemt labākus lēmumus ekonomiskās labklājības uzlabošanai.

3. Jēdzieni un sistēma konkurences novērtēšanai tirgū

Šā dokumenta galvenais mērķis ir piedāvāt sistēmu, saskaņā ar kuru var novērtēt dažādu valdības un profesionālo organizāciju pieņemto normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci tirgū.

Ņemot vērā šo mērķi, šajā sadaļā ir aplūkoti daži svarīgākie jēdzieni, kurus izmanto konkurences tiesību aizsardzības iestādes, lai novērtētu tirgu konkurētspēju. Tā kā konkurences politikai un tās īstenošanai daudzās valstīs ir stabilas tradīcijas, aplūkojot jēdzienus, kas tiek izmantoti šajā sistēmā, var iegūt vērtīgu ieskatu tajā, kā tiek vērtēta dažādu normatīvo aktu ietekme uz konkurenci.

Konkurences politika ir process, ar kuru valdība cenšas veicināt konkurenci un izveidot konkurencei piemērotu vidi, aizliedzot vai ierobežojot zināmus komercdarbības prakses veidus un darījumus, kas nepamatoti ierobežo konkurenci. Plašāk runājot, par konkurences politikas mērķiem var uzskatīt tirgus konkurētspējas un inovāciju veicināšanu, kas ir saistīta ar cenu, labklājības un ekonomisko izaugsmi. Darbības, kuras rūpīgi pārbauda valstu konkurences uzraudzības iestādes, ir, piemēram, uzņēmumu un profesionālo organizāciju mēģinājumi izveidot šķēršļus ienākšanai tirgū, palielināt izmaksas konkurentu uzņēmumiem un saskaņot (nevis konkurēt) cenu un ražošanas stratēģiju konkurentu starpā. Ja konkurence samazinās tāpēc, ka netiek pārbaudītas zināma veida darbības, tad tas var novest pie patēriņa cenu pieauguma, preču daudzveidības samazinājuma, kvalitātes pasliktināšanās un inovāciju samazinājuma.

Kāpēc informētība par konkurences jomas jēdzieniem un sistēmu ir noderīga, lai izprastu normatīvo aktu ietekmi? Ja mēs aplūkojam valdību pieņemto normatīvo aktu un profesionālo organizāciju noteikto ierobežojumu vēsturi, tad var secināt, ka bieži galu galā tiek ierobežota iekļūšana tirgū un radīti dažādi traucējumi, kas noved pie neefektīvas tirgus darbības. Pastāv dažādi uzskati par to, kas to izraisa. Viens no uzskatiem ir tāds, ka normatīvo aktu ietekme daudzējādā ziņā netiek gaidīta, un šādā saistībā var rasties arī negatīva ietekme uz konkurenci. Cits uzskats ir tāds, ka konkrētā tirgū tiesisku regulējumu pieprasa paši ražotāji. No šo ražotāju viedokļa skatoties, regulatīva kontrole, kas var samazināt jaunpienācēju vai pat esošo konkurentu konkurētspēju, ir ļoti vērtīga, un tā tiek aktīvi aizstāvēta. 4. sadaļā ir izklāstīta sīka informācija par dažāda veida normatīvajiem aktiem un to iespējamo ietekmi uz konkurenci. Kaut arī normatīvie akti tiek pieņemti, lai sasniegtu dažādus valdības sociālos un ekonomiskos mērķus, to trūkums ir tas, ka:

- tiek radīti šķēršļi konkurencei, piemēram, ierobežojumi iekļūšanai tirgū vai ierobežojumi preču un pakalpojumu plūsmai starp reģioniem vai valstīm;
- tiek sekmēta preču un ražošanas saskaņošana konkurentu starpā;
- tiek radītas lielākas izmaksas jaunpienācējiem un maziem uzņēmumiem, nevis pašreizējiem tirgus dalībniekiem un lieliem uzņēmumiem;
- uzņēmumi pilnībā vai daļēji tiek pasargāti no valsts konkurences tiesību aktiem.

Pirms sākt runāt par jēdzieniem, mēs vēlētos izteikt komentārus par uzņēmējdarbības veidu, ko var uzskatīt par viskaitīgāko konkurencei – karteļu veidošana. Slepēnās un saskaņotās darbības ietekmē karteļu dēļ notiek cenas paaugstināšanās, samazinās ražošanas apjomi un, iespējams, arī daudzveidība, kā arī inovācijas, kas liecina par labklājības līmeņa samazināšanos. Slepēnās vienošanās lielākajā daļā valstu ir pretlikumīgas. Novērtējot normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci, slepenās darbības rada interesantu izaicinājumu. Piemēram, dažās nozarēs uzņēmumi sadarbojas, lai noteiktu standartus un savietojamības noteikumus, kā arī lai veiktu pētniecību un attīstību. Profesionālās organizācijas juridiskajās un medicīnas profesijās īsteno un uzrauga uzvedības kodeksa un darba kvalitātes ievērošanu. Dažu profesiju pārstāvjiem un atsevišķu preču ražotājiem un pakalpojumu sniedzējiem

vēsturiski ir dotas pašregulācijas (vai kopregulācijas) tiesības tādās jomās kā preču īpašības, tostarp kvalitāte un drošība, tehnisko standartu saskaņošana, profesionālās prakses ētikas standarti un piesārņojuma kontrole. Protams, tam, ka ir atļauta zināma veida sadarbība, ir nozīmīgas priekšrocības, jo tiek iegūta efektīvāka tirgus darbība un samazināta vajadzība pēc formāla tiesiskā regulējuma un ar to saistītās izmaksas. Tomēr pastāv bažas, ka, atļaujot dažāda veida sadarbību, var rasties pamats tam, ka uzņēmumi iesaistās slepenā darbībā, kas ir saistīta ar cenām un ražošanu. 4. sadaļā šīs problēmas ir uzsvērtas vairāk, pieminot arī pārbaudes, kuras var izmantot, lai samazinātu šāda nelabvēlīga iznākuma iespējamību.

Atlikušajā šīs sadaļas daļā ir runāts par svarīgākajiem jēdzieniem, kurus var izmantot konkurences novērtējumos. 4. un 5. sadaļā šie jēdzieni ir izmantoti, lai labāk izprastu normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci.

3.1. Galvenie jēdzieni konkurences novērtēšanā

3.1.1. Tirgus vara

Aplūkosim dažus variantus pat to, kāda var būt konkurence tirgū.

- Tirgū ir viens uzņēmums – monopols –, kuram nav konkurences. Monopols var rasties daudzu iemeslu dēļ. Piemēram, farmācijas uzņēmums vienīgais ražo zāles, ar kurām ārstē konkrētu medicīnisku stāvokli, kā *Genentech* jaunās patentētās mērķterapijas zāles *Avastin* plaušu vēža ārstēšanai. Tā kā farmaceitiskā monopola ražotajām zālēm nav līdzvērtīga aizvietošana, konkurence ir maza vai tās nav vispār. Tādējādi šis uzņēmums var noteikt augstas cenas un iegūt pietiekamu peļņu.
- Tirgū var būt liels skaits uzņēmumu, kas pārdod kādu preci. Piemēram, ASV ir vairāk nekā 15 000 tomātu audzētāju. Šajā tirgū vienas saimniecības produkti ir salīdzinoši līdzvērtīgi aizstājēji citās saimniecības produktiem. Katram tomātu audzētājam ir liela konkurence, tie nevar noteikt augstas cenas, un peļņa ir salīdzinoši maza.
- Pastāv arī tirgi, kuros ir daži dalībnieki, piemēram, lielo komerciālo gaisa kuģu dzinēju tirgus, kurā savā starpā konkurē *General Electric*, *Pratt & Whitney* un *Rolls Royce*. Šis nav ne monopols, kā tas bija farmaceitiskā uzņēmuma gadījumā, un tajā nav tik lielas konkurences kā tomātu audzētāju gadījumā. Šajā gadījumā, piemēram, *General Electric* ir mazāka cenu noteikšanas vara un arī mazāka peļņa nekā tad, ja tas būtu monopoluzņēmums, jo ir jāņem vērā abu pārējo uzņēmumu radītā konkurence. (Šajā piemērā nav aplūkotas problēmas, kas ir saistītas ar slepenu vienošanos tirgū ar nelielu uzņēmumu skaitu. Šīs problēmas ir aplūkotas turpmāk tekstā.)

Šie piemēri apliecina, ka konkurence nosaka, cik augstas ir cenas (salīdzinājumā ar izmaksām) un cik liela var būt peļņa.

Vispārīgi runājot, tirgus varu var definēt, kā uzņēmumu spēju pieprasīt cenas, kas ir augstākas par konkurences līmeni, un gūt lielu peļņu (jeb peļņu, kas ir lielāka par vidējiem rādītājiem). Iepriekš minētajos piemēros farmaceitiskajam monopoluzņēmumam ir liela tirgus vara, bet parastam tomātu audzētājam tā ir maza. Gaisa kuģu dzinēju gadījumā tā ir vidēja. Tirgus vara var palielināties dažādu iemeslu dēļ, un tā var pastāvēt gan īsu, gan ilgu laika posmu. Nedaudz dziļāku ieskatu var gūt turpmāk izklāstītajos punktos. Visbeidzot, tirgus varas novērtēšanu veic konkrētajā tirgū, kas tiek aplūkots (gan precēm, gan pakalpojumiem).

Preču noteikšana konkrētajā tirgū var būt sarežģīta un atkarīga no tā, vai viena uzņēmuma tirgotā prece cieši konkurē (vai var aizstāt) ar cita uzņēmuma tirgoto preci. Tas, vai divu uzņēmumu preces ir labas aizstājējpreces, ir atkarīgs no tādiem faktoriem kā preču īpašības un ģeogrāfiskā pieejamība.

Konkrētais tirgus var būt daudz mazāks vai lielāks nekā parastais “tirgus”. Automobiļi īpašību ziņā ir ļoti atšķirīgi, kas liecina par to, ka konkrētais tirgus automobiļiem varētu nebūt tik plašs kā “visiem automobiļiem”. Pircējs, kas vēlas iegādāties tādu luksusa sporta automobili kā *Ferarri*, parasti neizvēlas starp *Ferarri* un mazu ekonomisku automobili, bet gan starp vairākiem sporta automobiļiem. Citiem vārdiem sakot, pircēji neuzskata, ka mazs ekonomisks automobilis ir līdzvērtīgs aizstājējs luksusa sporta automobilim. Tātad tie neatrodas vienā konkrētajā tirgū. Turpretī rīsi, kas audzēti blakus esošās saimniecībās, būtībā var būt identiski garšas un īpašību ziņā, un tas nozīmē, ka patērētāji tos uzskatīs par līdzvērtīgiem aizstājējiem.

Kad konkrētais tirgus ir precīzi noteikts, varam aplūkot mainīgos lielumus, kas raksturo tirgus struktūru. Piemēram:

- uzņēmumu skaits – parasti jo lielāks ir uzņēmumu skaits konkrētajā tirgū, jo mazāk raizes sagādā tirgus vara;
- ražošanas koncentrācija – šis rādītājs parāda pakāpi, līdz kurai ražošana ir sakopota dažos tirgū esošos uzņēmumos. Augstāka ražošanas koncentrācija parasti nozīmē to, ka lielākas tirgus varas iespējamība ir lielāka.

Mazs uzņēmumu skaits jeb augstāka koncentrācija ne vienmēr nāk par sliktu konkurenci, bet tas ir atkarīgs no tā, cik lieli ir šķēršļi ienākšanai tirgū (aplūkots turpmāk), un dominējošā konkurences veida (piemēram, ja tiek izmantots vairāksolīšanas process ar skaidriem tehniskajiem kritērijiem, tad jauna uzņēmuma ienākšana tirgū ir īstenojama).

3.1.2. Šķēršļi ienākšanai tirgū

Šķēršļus ienākšanai tirgū var definēt kā faktorus, kas var kavēt jaunu uzņēmumu ienākšanu konkrētajā tirgū. Šo šķēršļu apmēra novērtēšana ir svarīga, jo šādā veidā var gūt priekšstatu par iespējamo konkurenci, kas ir pašreizējiem tirgus dalībniekiem. Piemēram, ja šķēršļi ienākšanai tirgū ir lieli, tad pašreizējie tirgus dalībnieki var veikt pret konkurenci vērstas darbības, palielināt cenas un gūt lielāku peļņu, nebaidoties par to, ka šo peļņu samazinās jauna uzņēmuma ienākšana tirgū. Citiem vārdiem sakot, mazāki šķēršļi ienākšanai tirgū potenciāli palielina konkurenci un disciplinē pašreizējos tirgus dalībniekus, ierobežojot spēju izmantot tirgus varu.

Saistībā ar normatīvo aktu ietekmes uz konkurenci novērtēšanu var būt lietderīgi novērtēt šķēršļus ienākšanai tirgū. Pieņemsim, ka normatīvais akts samazina konkurenci tirgū. Kopējā nelabvēlīgā ietekme uz konkurenci būs atkarīga no šķēršļiem ienākšanai tirgū. Ja tie ir lieli, tad var teikt, ka jaunais normatīvais akts, kas paredz papildu ierobežojumus konkurenci, var būtiski kaitēt konkurenci. Ja šie šķēršļi ir salīdzinoši mazi vai nelieli, tad šis kaitējums konkurenci nav tik būtisks.

Šķēršļi ienākšanai tirgū var būt dažādi, un tie ir aplūkoti turpmāk. Šeit mēs nerunājam par priekšrocībām un trūkumiem, kas var būt saistīti ar katru šķēršli, vai par to, kurš no šķēršļiem ierobežo konkurenci vairāk, bet gan vienkārši minam to veidus.

-
- Dabiskie šķēršļi – šķēršļi ienākšanai tirgū var rasties dabisku iemeslu dēļ, piemēram, apjomradīti ietaupījumi rodas augstu pastāvīgo (vai pieskaitāmo) izmaksu dēļ. Piemēram,

ūdens attīrīšanas iekārtām ir augstas pieskaitāmās izmaksas. Ņemot to vērā, konkrētā ģeogrāfiskā apgabalā parasti ir viena ūdens attīrīšanas iekārta.

Augsto pētniecības un attīstības, un pieskaitāmo izmaksu dēļ ir sarežģīti ienākt lielo komerciālo gaisa kuģu dzinēju ražošanas nozarē.

- Ar zaudētajām izmaksām saistītie šķēršļi – šķēršļi ienākšanai tirgū var būt tādos tirgos, kuros ir augstas zaudētās izmaksas, kas ir saistītas ar ienākšanu. Zaudētās izmaksas tiek definētas kā neatgūstamā izmaksu daļa. Tās ir izmaksas, kuras uzņēmums nevar atgūt, ja tiek pieņemts lēmums aiziet no attiecīgās nozares. Zaudētās izmaksas faktiski liecina par to, ka atsevišķi ieguldījumi ražošanā pēc būtības ir ļoti specializēti, un tāpēc to alternatīvais izmantojums ir ierobežots. Šādas izmaksas var rasties tāpēc, ka citu starpā iegādātā kapitāla tālākpārdošanas vērtība ir zema vai reklāmas, pētniecības un attīstības izmaksas ir augstas.³ Zaudētās izmaksas var rasties saistībā ar normatīvajiem aktiem, un, lūk, daži piemēri.

Farmaceutisko līdzekļu ražošanā uzņēmumiem ir jāveic plaši klīniskie izmēģinājumi, lai pierādītu medikamentu drošību un iedarbību, pirms attiecīgo ražojumu atļauj realizēt tirgū. Ja uzņēmums nespēj pierādīt, ka medikaments ir drošs un iedarbīgs, tas netiek atļauts. Izmaksas, kas radušās regulatīvās apstiprināšanas procesā, ir zaudētās izmaksas, jo tās nevar atgūt.

Normatīvie akti vides jomā prasību dēļ krāsu un krāsvielu ražotājiem bija jāmaina savu ražojumu ķīmiskais sastāvs. Radās jaunas pētniecības un attīstības izmaksas, lai nodrošinātu jauno savienojumu drošību, kā arī to atbilstību krāsas, adhēzijas un viskozitātes standartiem. Šīs pētniecības un attīstības izmaksas kļuva par zaudētajām izmaksām, ja uzņēmumam tas neizdotos un ja tam šis tirgus būtu jāatstāj.

- Šķēršļi, ko rada pašreizējo tirgus dalībnieku darbības – pašreizējo tirgus dalībnieku darbībām var būt nelabvēlīga ietekme uz konkurenci. Piemēram,

uzņēmumi tādās nozarēs kā telesakaru nozare, elektroenerģijas un dabasgāzes piegāde piedāvā tādas shēmas, kuru dēļ klienti ir piesaistīti līgumam uz noteiktu laiku, un par piegādātāja maiņu ir jāmaksā. Tās sauc par piegādātāja maiņas izmaksām. Tā kā šādā veidā tiek palielinātas izmaksas patērētājam, kas vēlas mainīt piegādātāju, konkurenti un jaunienācēji tirgū tiek nelabvēlīgi ietekmēti.

Telesakaru uzņēmumi ASV agresīvi cīnās par to, lai ierobežotu/liegtu konkurentiem piekļuvi savam tīklam.

Zāļu ražošanas nozarē uzņēmumi bieži agresīvā veidā cenšas panākt patentu “pagarināšanu” un iesaistīt iespējamus ražotājus dārgos tiesu procesos, lai traucētu to ienākšanai tirgū.

³ Avotā Sutton (1992, 1996) sniegta ļoti vērtīga informācija par dažādiem zaudēto izmaksu veidiem. Daudzās patēriņa preču nozarēs kā, piemēram, kosmētisko līdzekļu vai gāzēto dzērienu ražošanā, ir augstas reklāmas izmaksas (salīdzinājumā ar šo uzņēmumu pārdošanas apjomu). Tādās nozarēs kā biotehnoloģijas ir augstas pētniecības un attīstības izmaksas. Šajos piemēros ir minētas nozares, kuras tiek uzskatītas par nozarēm ar augstām zaudētajām izmaksām.

Kad konkurencei tika atvērti pasta tirgi, tad tirgū esošās pasta organizācijas centās radīt šķēršļus iespējamajiem konkurentiem, vienojoties ar ārvalstu pasta organizācijām piešķirt tām priekšrocību režīmu saistībā ar pasta muižošanu, šķirošanu un piegādi uz privāto pārvadātāju rēķina.⁴

- Regulējuma radītie šķēršļi – šķēršļus ienākšanai tirgū var radīt arī valdības un profesionālo organizāciju regulējums. Lūk, piemēri.

Daudzu valstu tiesību aktos ir paredzēti ierobežojumi jaunu uzņēmumu ienākšanai tirgū mazumtirdzniecības sektorā, jo īpaši lielu mazumtirdzniecības veikalu ķēžu ienākšanai tirgū.

Ienākšanu tirgū daudzās valstīs kavē ilgas un dārgas birokrātiskās procedūras, kas saistītas ar jauna uzņēmuma izveidi.

Iegūtās tiesības uz nosēšanās vietām vai vārtiem lidostās dod priekšrocības tirgū esošajām aviosabiedrībām un rada šķēršļus jaunajām aviosabiedrībām.

Daudzās valstīs, lai uzsāktu jurista vai ārsta praksi pavalstī vai reģionā, attiecīgajam juristam vai ārstam ir jānokārto vietējās padomes sertifikācijas eksāmeni, kas rada šķēršļus jaunu profesionāļu ienākšanai tirgū attiecīgajā pavalstī vai viņu mobilitātei starp pavalstīm.

Kopumā jānorāda, ka šķēršļu ienākšanai tirgū novērtēšana būs svarīga daļa no novērtējuma par normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci.

3.1.3. Jaunu uzņēmumu ienākšana

Jaunu uzņēmumu ienākšana var radīt tirgū cenu konkurenci, veicināt inovāciju un sekmēt ražošanas efektivitāti, tādējādi palielinot preču un pakalpojumu daudzveidību un uzlabot to kvalitāti.

Ja ienākšana tirgū jaunajiem uzņēmumiem ir salīdzinoši viegla, tad pašreizējiem tirgus dalībniekiem būs mazāk iespēju uzmantot tirgus varu. Ja pašreizējie tirgus dalībnieki izmantotu tirgus varu, būtiski palielinātu cenas un gūtu lielāku peļņu, tad no jaunajiem uzņēmumiem tiktu gaidīta strauja ienākšana tirgū un lielas peļņas gūšana, kādu gūst pašreizējie tirgus dalībnieki.

Tas, cik viegli ir ienākt konkrētajā tirgū, ir atkarīgs no dažādiem iepriekš aprakstīto šķēršļu veidiem. Tie var būt dabiski šķēršļi, regulatīvi šķēršļi, ar zaudētajām izmaksām saistītie šķēršļi, kā arī ar pašreizējiem tirgus dalībnieku darbībām saistīti šķēršļi. Iespējas jauniem uzņēmumiem ienākt tirgū ir mazākas, ja šie šķēršļi ir lieli. Piemēram, ir mazāk iespēju ienākt

- farmaceitisko līdzekļu tirgū pētniecības un attīstības zaudēto izmaksu lielā apmēra dēļ;
- komerciālo gaisa kuģu dzinēju ražošanas nozarē ļoti lielo pieskaitāmo un zaudēto izmaksu dēļ, kā arī reputācijas ietekmes dēļ;
- interneta pakalpojumu tirgū, ja jaunpienācējam nav piekļuves pašreizēja tirgus dalībnieka tīklam.

⁴ Sk. avotu Ghosal (2002) un atsauces minētajā materiālā, lai iegūtu informāciju par problēmām pasta tirgos.

Papildu problēmas ir saistītas ar laiku, kad notiek ienākšana. Galvenā problēma ir saistīta ar to, vai jaunie uzņēmumi var ienākt tirgū atbilstīgā laika intervālā. Ienākt tirgū īsā laika posmā ir mazāk iespēju

- ārstu tirgū, jo ir jāizpilda prasības par izglītību un sertifikāciju;
- farmaceitisko līdzekļu tirgū konkrētā diagnostikas kategorijā, jo ir ievērojamas pētniecības un attīstības izmaksas, kā arī ir svarīgs ienākšanas laiks un ir jāpārvar regulatīvie šķēršļi.

Turpretī īsā laika posmā var ienākt:

- miltu izstrādājumu ražošanas nozarē, jo ir standartizēta ražošanas tehnoloģija un pieskaitāmās izmaksas ir salīdzinoši zemas;
- mēbeļu ražošanas nozarē, jo nav regulatīvo šķēršļu un pieskaitāmās izmaksas un pētniecības un attīstības izmaksas ir zemas.

Veicot ietekmes uz konkurenci novērtējumu, ir rūpīgi jānovērtē šķēršļi ienākšanai tirgū, kā arī jauno uzņēmumu iespējas ienākt tirgū salīdzinoši īsā laika posmā. Aplūkosim dažus piemērus. Pirmkārt, ja saistošie normatīvie akti vides jomā paredz būtiskas izmaksas uzņēmumiem un tās galvenokārt ir iegūtās tiesības, kas nāk par labu pašreizējiem tirgus dalībniekiem, tad tam var būt ļoti nelabvēlīga ietekme uz jaunu uzņēmumu ienākšanu tirgū. Un, otrkārt, daudzās valstīs aviosabiedrības ir ieguvušas tiesības uz nolaišanās vietām. Tas neveicina ienākšanu tirgū, jo jaunajām aviosabiedrībām ir sarežģīti konkurēt ar tirgū esošajiem pārvadātājiem.

3.1.4. Uzņēmumu iziešana no tirgus

Ja uzņēmums iziet no tirgus, tad tas var palielināt pašreizējo tirgus dalībnieku tirgus varu, kas var sekmēt cenu palielināšanos. Uzņēmumi var būt spiesti iziet no tirgus dažādu iemeslu dēļ. Piemēram:

- pieņemsim, ka saskaņā ar jauniem noteikumiem pašreizējiem tirgus dalībniekiem piecu gadu laikā ir jāpielāgojas jaunajiem vides piesārņojuma standartiem. Uzņēmumiem, kuri nevar izdarīt lielus ieguldījumus, no tirgus visdrīzāk būs jāiziet;
- saskaņā ar ASV Federālās Komunikāciju komisijas lēmumu (2005. gada augusts) pašreizējiem tirgus dalībniekiem nav pienākuma ļaut piekļuvi savam tīklam konkurentiem, un daži interneta pakalpojumu sniedzēji ir spiesti iziet no tirgus, jo tiem nav pieejas tīklam;
- ja dominējošajiem pašreizējiem tirgus dalībniekiem tādās nozarēs kā dabasgāzes, elektroenerģijas un telesakaru nozare ļauj noteikt klientiem ievērojamas piegādātāja maiņas izmaksas, tad tas var novest pie tā, ka jaunajiem uzņēmumiem ir jāiziet no tirgus.

Novērtējot spēkā esošu un jaunu normatīvo aktu un uzņēmumu darbību ietekmi uz konkurenci, ir jānovērtē uzņēmumu ierobežošanas iespējas, jo tas ietekmē konkurenci tirgū nākotnē, kam savukārt ir ietekme arī uz cenām, preču daudzveidību un citiem faktoriem.

3.1.5. Inovācija un efektivitāte

Uzņēmumu inovācijām var būt labvēlīga ietekme, piemēram:

- procesa inovāciju dēļ palielinās ražošanas efektivitāte, kas samazina uzņēmuma izmaksas un līdz ar to arī cenas patērētājiem;
- uzlabojas preču kvalitāte;
- palielinās preču daudzveidība;
- uzlabojas preču drošība.

Konkurences politikā ir rūpīgi ņemta vērā inovāciju nozīme attiecībā uz tirgus dinamikas saglabāšanu, un tāpēc uzņēmumu inovatīvā darbība netiek kavēta. Tāpēc šī joma ir īpaši svarīga saistībā ar valdības pieņemtā tiesiskā regulējuma ietekmi uz konkurenci. Ja tiesiskais regulējums pēc būtības ir pārlietu regulējošs (t. i., uzņēmumiem tiek norādīts, kas tiem ir jā dara, nevis norādīts rezultāts, kas ir jā sasniedz), tad pastāv lielāka iespēja, ka tam būs negatīva ietekme uz inovāciju.

Vispārīgi runājot, ja attiecīgā uzņēmuma darbība sekmē inovāciju iespējamību un palielina efektivitāti, tad šie labumi aizstāj iespējamo tirgus varas palielināšanos. Ja inovācija un efektivitāte atsvēr tirgus varu, tad uzņēmuma rīcību var uzskatīt par labvēlīgu. Aplūkosim dažus piemērus.

- Atļaut veidot pētniecības kopuzņēmumus konkurentu starpā. Piemēram, *SEMATECH Consortia*, kura locekļi ir *AMD, Freescale, Hewlett-Packard, IBM, Infineon, Intel, Panasonic, Philips, Samsung, Spansion, TSMC* un *Texas Instruments*. Šī konsorcijs mērķis ir attīstīt pusvadītāju tehnoloģijas un integrālo shēmu darbību. Konkurences uzraudzības iestādes atzīst, ka šāda sadarbība sekmē informācijas apmaiņu, kā arī cenas un ražošanas saskaņošanu, bet tās ņem vērā arī to, ka, pareizi strukturējot darbību, ieguvumi sabiedrībai no inovācijām šādā uzņēmumā ir daudz lielāki nekā iespējamā negatīvā ietekme. Līdzīgus piemērus var minēt par uzņēmumiem, kuriem ir atļauts sadarboties, lai noteiktu preču dizaina un savietojamības standartus.
- Atļaut uzņēmumiem izdarīt ieguldījumus vai veikt organizatoriskas izmaiņas, vai piedāvāt jaunas preces un pakalpojumus, kas dotu šiem uzņēmumiem iespēju:

– gūt apjomradītus ietaupījumus – tos var gūt, ja ir augstas pieskaitāmās izmaksas. Atļaujot palielināt ražošanas apjomu, samazinās vidējās izmaksas uz vienu saražoto vienību. Piemēram, atļaujot veidot lielākus mazumtirdzniecības veikalus, uzņēmumiem rodas iespēja gūt apjomradītus ietaupījumus un samazināt pakalpojumu sniegšanas izmaksas;

– gūt diversifikācijas radītus ietaupījumus – ja vienam uzņēmumam ir lētāk ražot dažādas preces vai sniegt dažādus pakalpojumus salīdzinājumā ar situāciju, kad preces ražo specializēti uzņēmumi. Piemēram, no izmaksu efektivitātes viedokļa ir lietderīgāk ļaut pārtikas preču veikalā tirgot bezrecepšu zāles, jo var gūt ietaupījumus no kopējās tirgdarbības, glabāšanas un piegādes salīdzinājumā ar prasībām par to, ka ir jā saglabā šķērums starp aptiekām un pārtikas preču veikaliem.

Novērtējot uzņēmumu rīcības un regulējuma ietekmi uz konkurenci, ir rūpīgi jānovērtē ietekme uz inovāciju, jo tā var dod būtiskus ieguvumus.

3.1.6. Konkurentu izmaksu palielināšana

Ja uzņēmums var palielināt savu konkurentu izmaksas, tad samazinās konkurence tirgū, un tas var gūt lielāku peļņu. Konkurentu izmaksu palielināšanai var izmantot dažādas stratēģijas. Piemēram, šādas:

- tirgū esošie telesakaru uzņēmumi cenšas nepieļaut to, lai konkurenti (viegli) iegūtu piekļuvi to tīklam; tas ietekmē gan interneta pakalpojumu, gan tālrunu tirgu. Līdzīgas darbības var novērot elektroenerģijas nozarē, kur pašreizējie tirgus dalībnieki cenšas radīt izmaksas konkurentiem, kuri vēlas iegūt piekļuvi tīklam;
- saskaroties ar jaunām prasībām vides jomā, pašreizējie tirgus dalībnieki aktīvi izmanto lobijus, lai tiem tiktu paredzēti izņēmuma noteikumi. Šie noteikumi ļauj pašreizējiem tirgus dalībniekiem ilgāku laiku turpināt darbību atbilstīgi iepriekšējiem noteikumiem, bet jaunajiem uzņēmumiem jaunie standarti ir jāizpilda uzreiz. Tas var radīt ievērojamas izmaksu atšķirības starp pašreizējiem tirgus dalībniekiem un tirgus jaunpienācējiem, tādējādi būtiski kaitējot konkurencei;
- uzņēmumi var pielāgot savas preces vai pakalpojumus tā, lai klienti nevarētu viegli sākt izmantot konkurentu preces vai pakalpojumus. Šādi ierobežojoši līgumi, kas noslēgti uz konkrētu laika posmu, ir izmantoti tādās nozarēs kā telesakaru nozare, dabas gāzes piegāde, elektroenerģijas piegāde un banku pakalpojumi;
- farmaceitisko līdzekļu ražotāji aktīvi cenšas iegūtu patentu termiņu pagarinājumus, un viens no šādas darbības mērķiem varētu būt papildu (tiesāšanās vai citu) izmaksu radīšana konkurentiem (vispārējiem ražotājiem), lai aizkavētu to ienākšanu tirgū;
- Tā kā viens no mērķiem, kāpēc uzņēmumi šādi rīkojas, ir apgrūtināt situāciju konkurentiem – mazākiem pašreizējiem tirgus dalībniekiem vai iespējamiem jaunpienācējiem –, tādējādi radot negatīvu ietekmi uz tirgu un klientiem, tad konkurences novērtējumā ir rūpīgi jāizvērtē citi iespējamie šādas rīcības izskaidrojumi un jāatlasa nevēlamie, pret konkurenci vērstie aspekti.

3.2. Kopsavilkums un saikne ar novērtējumiem par normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci

Novērtējot ietekmi uz konkurenci, vissvarīgāk ir noskaidrot, vai attiecīgā uzņēmuma rīcība var samazināt konkurenci tirgū (palielināt tirgus varu), negatīvi ietekmējot arī cenas, efektivitāti un inovāciju. Iepriekš ir izklāstīta vispārēja informācija par jēdzieniem un sistēmu, kas ir izmantota konkurences politikā, lai novērtētu jautājumus, kas ir saistīti ar uzņēmumu rīcību, tirgus varu un inovāciju.

Kā šī informācija un sistēma var palīdzēt, lai novērtētu normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci? Ir vairākas priekšrocības, bet ir jāņem vērā divas no tām:

- izmantojot vairākus no iepriekš aprakstītajiem jēdzieniem (piemēram, tos, kas ir saistīti ar tirgus noteikšanu, piegādātāja maiņas izmaksas, šķēršļi ienākšanai tirgū, ietekme uz efektivitāti un konkurentu izmaksu palielināšana), var gūt vērtīgu ieskatu tajā, vai

normatīvajiem aktiem ir nelabvēlīga ietekme uz konkurenci, un šis jautājums ir aplūkots 4. sadaļā;

- Iepriekš aprakstīto konkurences novērtēšanas sistēmu var izmantot, lai loģiski soli pa solim novērtētu normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci. Šie novērtēšanas pasākumi ir izklāstīti 5. un 6. sadaļā, un to laikā cenšas noteikt iespējamo ietekmi attiecīgajā tirgū, kā arī uzņēmumu veidus, kurus tas var ietekmēt.

4. Regulatīvie pasākumi

Pastāv arī alternatīvie izskaidrojumi tam, kāpēc valdības iejaucas tirgū. Viens no tiem ir, ka daudzās nozarēs pastāv tirgus nepilnības, un daudzi normatīvie akti ir paredzēti to novēršanai.⁵ Kā norādīts avotā *MacAvoy* (1992), tiesiskais regulējums parasti tiek veidots ar vislabākajiem ekonomiskajiem un sociālajiem nolūkiem, paredzot peļņas un cenu kontroli, lai aizsargātu patērētājus no monopolu varas, un pieņemot darbavietas drošības noteikumus un prasības par emisijām, lai aizsargātu veselību un personas, kas dzīvo attiecīgo ražotņu tuvumā. Īsi aplūkosim dažus no šī regulējuma jomām.

- Dabiskais monopols var rasties tādās nozarēs kā apgādē ar elektroenerģiju un ūdeni, dzelzceļa satiksme, telesakaru, pasta pakalpojumi u. tml., un tām parasti ir raksturīgi lieli apjomradīti ietaupījumi augsto pieskaitāmo izmaksu dēļ. Tas nozīmē to, ka bieži ir optimāli izveidot vietēju vai reģionālu monopolu (piemēram, ūdens vai elektroenerģijas apgādē) vai pat valsts mēroga monopolus (piemēram, telesakaru, dzelzceļa satiksmes vai pasta pakalpojumu jomā). Ja šiem monopoliem ļautu noteikt cenas, tad tās būtu nepamatoti augstas. To varēja atrisināt, atļaujot monopolam darboties tirgū, bet bija jāregulē tā cenas, lai garantētu klientiem taisnīgas cenas. Papildus apjomradītiem ietaupījumiem vispārējo pakalpojumu sniegšana bija vēl viens arguments par labu tiesiskajiem monopoliem šajās nozarēs. Mainoties tirgus apstākļiem, tehnoloģijām un citiem faktoriem, dažas no šīm nozarēm daudzās valstīs vairs netiek regulētas. Sīkāk izstrādāts regulatīvais mehānisms dod iespēju nodalīt konkurētspējīgos un dabiskos monopolus konkrētās nozarēs, nodrošinot to, ka var radīt konkurenci tādās jomās kā telesakaru un dzelzceļa satiksmes joma, aizstājot regulētos (jeb valsts) monopolus un vertikāli integrētos monopolus.

- Tādās nozarēs kā elektroenerģijas ražošana, ķīmiskā rūpniecība, celulozes un papīra ražošana, naftas pārstrāde parasti tiek radīts ievērojams vides piesārņojums, kas ir ierasta daļa no ražošanas procesa. Ja tas netiek pārbaudīts, tad daudzās nozarēs tiktu radīts piesārņojums, kas būtiski pārsniegtu sociāli pieņemamos līmeņus, un atsevišķiem piesārņotājiem nebūtu daudz iemeslu tā novēršanai lielo izmaksu dēļ. Valdības iejaucas, lai kontrolētu piesārņojuma radītās negatīvās sekas. Šajā nolūkā ir ieviesti nodokļi un kvotas, kā arī ir piedāvāti aizdevumi investīcijām, lai uzņēmumi varētu ieviest jaunākas tehnoloģijas, kas rada mazāku piesārņojumu.

- Tādās nozarēs kā zāļu ražošana valdības ir ieviesušas regulatīvus apstiprinājumus un uzraudzības mehānismus jaunu zāļu apstiprināšanai, kā arī esošo zāļu iespējamās ietekmes uzraudzības sistēmu. Kā norādīts ESAO (2001) ziņojumā, zāļu drošuma un kvalitātes kontrole ir galvenais iemesls.

⁵ *Viscusi, Harrington un Vernon* (2005) un *MacAvoy* (1992) sniedz noderīgu informāciju par šāda regulējuma iemesliem un dažādiem tā aspektiem. Plašā un ietekmīgā literatūrā ir diskutēts par regulējuma “notveršanas teoriju” [*capture theory*], kurā lobēšanas un dažādu interešu grupu spiediena dēļ ir pieņemti dažādi normatīvie akti. Bet šajā dokumentā šādā detalizētā analizē neieslēgsim.

- Normatīvie akti tiek pieņemti rūpnieciskās drošības jomā. Viens no šo aktu pieņemšanas iemesliem ir dzīvības apdraudējuma samazināšana. Līdzīgi arī automobiļu drošības prasības ir noteiktas, lai samazinātu nāves gadījumus un smagus ievainojumus nelaiemes gadījumos.

- Tiek regulēti arī vairāki banku nozares un finanšu tirgus aspekti. Viens no svarīgākajiem mērķiem ir finanšu tirgus stabilitātes nodrošināšana un klientu investīciju un līdzekļu aizsardzība.

Vispārīgi runājot, regulēšana parasti notiek, izmantojot noteikumu kopumu, ko administrē valdība, lai ietekmētu uzņēmumu rīcību un tādējādi arī ekonomisko aktivitāti. Šajā dokumentā uzmanība būs pievērsta dažiem regulēšanas līdzekļiem, tostarp:

- Ienākšanai tirgū. Daudzās valstīs, piemēram, ir noteikts ierobežots aptieku un mazumtirdzniecības veikalu skaits konkrētā ģeogrāfiskā apgabalā. Nereti tiek regulēts arī taksometru skaits pilsētā. Tādās nozarēs kā elektroenerģijas ražošana, telesakaru joma un banku darbība tiek regulēts jauno uzņēmumu skaits, kas var ienākt tirgū. Attiecībā uz tādām profesijām kā ārsts, jurists, arhitekts ir ieviesti daudzi noteikumi un prasības, kas novērš vai daudzējādā ziņā kavē profesionāļu plūsmu no viena reģiona uz citu.

- Daudzums. Kā piemēru var minēt to, ka daudzās valstīs tiek regulēts nozvejas daudzums, aizliegta alkohola tirdzniecība svētdienās, un to, ka konkrētos apgabalos tiek regulēta (komerciālā) apbūve. Daudzuma regulēšanu var veikt dažādi, piemēram, nosakot universālā pakalpojuma saistības pasta pakalpojumiem, kas nozīmē to, ka pasta pakalpojumu sniedzējam ir jāapmierina pieprasījums pēc pakalpojuma par regulētu cenu. Visbeidzot, var minēt arī piemērus no lauksaimniecības nozares, kurā ir noteiktas ražošanas kvotas un apstādāmās zemes ierobežojumi.⁶

- Standarti. Valdība daudzās valstīs nosaka standartus attiecībā uz medicīnas instrumentu un zāļu drošību, būvnormatīvus, standartus attiecībā uz veselību un darba drošību, automobiļu drošību, vidi un darbu. Regulēšana notiek arī citās jomās, piemēram, tiek reglamentēts saturs un valoda dažādos plašsaziņas līdzekļos.

- Cena. Tādās nozarēs kā elektroenerģijas ražošana, dabas gāzes piegāde, aviopārvadājumi, telesakaru joma un pasta pakalpojumi ir paredzēti cenu regulēšanas noteikumi.

Kaut arī mēs iepriekš minējām, ka regulēšanai ir daudz sociālu un ekonomisku iemeslu, tomēr ir svarīgi ņemt vērā to, ka dažādi valdības pieņemtie normatīvie akti un profesionālo organizāciju noteiktās prasības nereti var potenciāli ierobežot konkurenci tirgū. Aplūkosim dažus piemērus. Lobēšanas rezultātā pašreizējie tirgus dalībnieki un nozares organizācijas var panākt būtisku izņēmuma noteikumu piemērošanu un cita veida regulēšanu vides jomā, un tas var radīt nelabvēlīgu situāciju jaunajiem tirgus dalībniekiem izmaksu ziņā salīdzinājumā ar tirgū esošajiem uzņēmumiem, kā arī var ietekmēt ienākšanu tirgū un konkurenci tirgū. Stingri noteikumi par mazumtirdzniecības veikalu un aptieku skaitu, piemēram, var ierobežot konkurenci, palielināt cenas un samazināt piedāvāto pakalpojumu daudzveidību un kvalitāti. Nosakot "nepamatoti augstus" kvalitātes standartus, var mazināt pieeju daudzveidīgākām un lētākām precēm. Profesionālo organizāciju noteiktie reklāmas ierobežojumi, piemēram, juristiem, ārstiem un veterināriem, visdrīzāk negatīvi ietekmēs konkurenci un piedāvāto pakalpojumu daudzveidību. Visbeidzot, normatīvajiem aktiem par preču un pakalpojumu

⁶ Avotā *Glaeser* un *Schleifer* (2001) ir izklāstīta noderīga informācija par daudzuma regulēšanu.

plūsmu starp vienas valsts reģioniem bieži nav pietiekama pamatojuma, un šādi ierobežojumi rada ģeogrāfisku tirgu sadalīšanu, tādējādi palielinot cenas.

Lai gūtu pilnīgu izpratni par dažādu normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci, atlikusī šīs sadaļas daļa ir veltīta diskusijai par dažādu veidu normatīvajiem aktiem, kas iedalīti četrās plašās kategorijās:

- normatīvie akti, kas ierobežo piegādātāju skaitu vai loku;
- normatīvie akti, kas ierobežo piegādātāju konkurētspēju;
- normatīvie akti, kuru dēļ piegādātāji zaudē stimulu konkurēt;
- normatīvie akti, kas ierobežo patērētāju izvēli un tiem pieejamo informāciju.

Katrā no iepriekš minētajām kategorijām ir norādīti normatīvo aktu pieņemšanas iemesli, iespējamā ietekme uz konkurenci, kā arī minēti piemēri no dažādiem tirgiem un nozarēm dažādās valstīs.⁷

Par vienu mehānismu ir vērts izteikt komentārus jau iepriekš: pašregulācija un kopējā regulācija. Kā minēts 4.3.1. sadaļā, dažām profesijām un dažu preču ražotājiem un pakalpojumu sniedzējiem tiek dotas pašregulācijas jeb kopregulācijas tiesības. Šādiem mehānismiem ir vairākas iespējamās priekšrocības kā, piemēram, tirgus dalībnieku saskaņotība to standartu noteikšanā, kas citu starpā ir saistīti ar ražojumu saderību, kvalitāti un drošību. Pieņemot netiešākus un mazāku slogu radošus normatīvos aktus, tirgū notiek uzplaukums. Tomēr raizes var sagādāt tas, ka, palielinoties sadarbībai starp uzņēmumiem, var rasties pamats slepenām vienošanām par cenu un daudzuma noteikšanu un pat standartiem, kas rada šķēršļus ienākšanai tirgū. Ja šie jautājumi netiek pārbaudīti, tad var samazināties patērētāju labklājība un inovācija tirgū. Kaut arī formāli par pašregulāciju un kopregulāciju ir runāts saistībā ar 3. kategoriju (“normatīvie akti, kuru dēļ piegādātājiem zūd stimuls konkurēt”), ņemot vērā daudzo jomu skaitu, kurus šis mehānisms ietekmē, tam ir sekas saistībā arī ar pirmajām divām iepriekš minētajām kategorijām. Kā piemēru var minēt situāciju, kad ražotāju grupa, kurai ir piešķirtas pašregulācijas tiesības, nolemj radīt šķēršļus ienākšanai tirgū, lai saglabātu pašreizējo tirgus dalībnieku grupas peļņas normu (sk. 6. ierāmējuma C.2. punktu). Iespējams, par šādu ietekmi uz konkurenci varētu runāt arī saistībā ar 1. un 2. kategorijas normatīvajiem aktiem. Kopumā jāatzīst, ka ietekme uz konkurenci tur, kur tiek īstenota pašregulācija un kopregulācija, var rasties saistībā ar gandrīz visām iepriekš minētajām trīs kategorijām.

Visbeidzot, ir svarīgi ņemt vērā, ka piemēri informācijas ierāmējumos norāda jomas, kurās konkurences jautājumu pārskatīšana būtu vai ir bijusi lietderīga, nevis jomas, kurās valdības darbības nebūtu vajadzīgas.

4.1. Normatīvie akti, kas ierobežo piegādātāju skaitu vai loku

Vairāki normatīvie akti var ierobežot preču piegādātāju vai pakalpojumu sniedzēju faktisko skaitu vai preču un pakalpojumu veidu tirgū. Šāda situācija ir iespējama šādos gadījumos:

- būtiski pieaug izmaksas, kas piegādātājam rodas, ienākot tirgū vai izejot no tā;

⁷ Kā redzams papildu sējuma “Konkurences novērtēšanas principi” 1. nodaļā, iepriekš minēto četru kategoriju normatīvie akti ir būtiskākā daļā no “Konkurences novērtēšanas kontrolsaraksta”.

-
- kādam uzņēmumam tiek piešķirtas ekskluzīvas tiesības piegādāt noteiktu preci vai sniegt noteiktu pakalpojumu;
 - saistībā ar darbības uzsākšanu tiek izveidots licencēšanas, atļaujas izsniegšanas vai apstiprināšanas process;
 - dažu veidu uzņēmumiem tiek ierobežotas iespējas piedalīties publiskajos iepirkumos;
 - atkarībā no ģeogrāfiskās atrašanās vietas tiek ierobežotas uzņēmumu iespējas piegādāt preces vai sniegt pakalpojumus, ieguldīt kapitālu vai nodrošināt ar darbaspēku.

Vēsturiski politikas veidotājiem ir bijuši pamatoti ekonomiski un sociāli iemesli uzņēmumu skaita un veida ierobežošanai. Tomēr raizes sagādā tas, ka šādi normatīvie akti var nelabvēlīgi ietekmēt konkurences līmeni tirgū un, iespējams, negatīvi ietekmēt arī patērētāju labklājību. Tāpēc, ja pastāv iespēja, ka tiek ietekmēts piegādātāju skaits vai veids, būtu lietderīgi rūpīgi izvērtēt piedāvātā normatīvā akta radītos ieguvumus un izmaksas, kā arī iespējamo konkurences samazinājumu. Turpmāk ir sīkāk aplūkotas divas jomas, kurās ietekme uz konkurenci ir rūpīgi jāizvērtē.

4.1.1. Normatīvie akti par ienākšanu tirgū

Jaunu uzņēmumu ienākšanai tirgū ir svarīga nozīme, jo tiek saglabāta tirgus dzīvotspēja, palielinot konkurenci pašreizējiem tirgus dalībniekiem un veicinot inovāciju un izaugsmi ilgtermiņā. Tāpēc ir svarīgi saprast to, ka normatīvajiem aktiem, kas ierobežo ienākšanu tirgū, var būt ļoti negatīva ietekme uz konkurenci un labklājību, un tie ir ļoti rūpīgi jāizvērtē un jāpamato.

Normatīvie akti par ienākšanu tirgū var būt dažādi, un arī to pieņemšanas iemesli var būt dažādi. Piemēram, dabiska monopola gadījumā valdība izveido tiesisku monopolu un ierobežo ienākšanu tirgū. Galvenie iemesli ir augstās pieskaitāmās izmaksas un apjomradītie ietaupījumi ražošanā. Profesionālajām organizācijām, piemēram, juridiskajā un medicīnas jomā, sākotnēji, iespējams, bija pamatoti iemesli, lai pieņemtu noteikumus, ar kuriem ierobežo ienākšanu tirgū, bet šādi ierobežojumi var nepamatoti ietekmēt konkurentu komerciālo darbību. Kā vienu no pamatojumiem parasti min kvalitātes standartu saglabāšanu profesionālajā praksē. Daudzās valstīs ir paredzēti normatīvie akti par mazumtirdzniecības uzņēmumu ienākšanu tirgū un to izaugsmi. Kā pamatojumu citu starpā norāda pilsētu pārapservitības kontroli un privātīpašuma vērtības aizsardzību.

Lai iegūtu pilnīgāku izpratni par ietekmi uz ienākšanu tirgū, ir svarīgi gūt skaidru priekšstatu par dažādajiem jauno tirgus dalībnieku veidiem. Noderīga jauno tirgus dalībnieku klasifikācija apstrādes rūpniecības nozarē ir sniegta avotā *Dunne, Roberts un Samuelson* (1988, 504. lpp), un mēs to aplūkosim sīkāk. Jaunos tirgus dalībniekus var iedalīt trīs plašās grupās.

1. Jauns uzņēmums, kas ienāk tirgū apstrādes rūpniecības nozarē, uzbūvējot jaunu rūpnīcu (ražotni). Līdzīga situācija var būt pakalpojumu nozarē. Piemēram, jauns darbarīku ražošanas uzņēmums, kuru izveidojuši uzņēmēji bez iepriekšējās pieredzes uzņēmējdarbībā. Informācijas tehnoloģiju revolūcija un nesenā aktivitātes palielināšanās biotehnoloģiju un nanotehnoloģiju jomā palielināja tādu šajā nozarē ienākušo uzņēmumu skaitu, kuriem nav

iepriekšējās pieredzes ne šajās, ne citās nozarēs. Šajā kategorijā varētu iedalīt arī advokātu birojus, kurus izveidojuši mācību iestādes beidzēji.

2. Uzņēmumi, kas paplašina savu darbību un ienāk tirgū, uzbūvējot jaunu ražotni. Piemēram, liels vairākražojumu uzņēmums kā *Siemens* var pievērsties jauna medicīnas instrumentu veida ražošanai, izveidojot jaunu ražotni. Slimnīca var iegūt jaunu iekārtu vēža slimnieku ārstēšanai. Ķīmiskais uzņēmums uzsāk jaunas ražotnes darbību lizīna ražošanai.

3. Uzņēmumi, kas paplašina savu darbību un ienāk tirgū, izmainot esošo ražotņu izlaidi. Piemēram, automobiļu ražotājs, kas vēsturiski ir ražojis vidēja lieluma un lielus automobiļus, nolemj paplašināt darbību, ražojot mazas un ekonomiskas automašīnas un pielāgojot savas ražošanas iekārtas. Tērauda ražotājs, kas ražo apstrādājamo tēraudu un mikrosakausējuma tēraudu, paplašina darbību, sākot ražot tēraudu, ko var izmantot gultņu un zobratu ražošanā. Datoru programmatūras izstrādātājs, kas līdz šim galvenokārt nodarbojās ar datortīklu drošības programmatūras izstrādi, nolemj paplašināt darbību, nodarbojoties ar interneta spēļu izstrādi.

Atšķirības starp iepriekš minētajiem jauno tirgus dalībnieku veidiem var būt ievērojami lielas dažādos aspektos. Piemēram:

- Ierobežots finansējums. Ir pieejams liels daudzums literatūras, kurā ir pierādīts, ka uzņēmuma spēja ienākt tirgū un augt daudzējādā ziņā ir atkarīga no spējas saviem projektiem piesaistīt ārējo finansējumu (sk. *Fazzari, Hubbard un Petersen (1988)* un turpmāko literatūru). Šāda problēma nav tik aktuāla 2. un 3. veida jaunpienācējiem, bet tā var būt ļoti liela problēma 1. veida jaunpienācējiem. Viens no iemesliem ir tas, ka bankām, piemēram, aizdevuma piešķiršanai, parasti ir vajadzīga ķīla un kredītvēsture, un 1. veida jaunajiem tirgus dalībniekiem šajā ziņā parasti nav priekšrocību. Turpretī 2. un 3. veida jaunajiem tirgus dalībniekiem finansējumu no bankas, kā arī pašu kapitālu var iegūt daudz vieglāk. Tādējādi ierobežotais finansējums apgrūtina 1. veida jauno tirgus dalībnieku darbības attīstību.

- Mācīšanās. Parasti, izmantojot iepriekšējo pieredzi, uzņēmēji var no tās mācīties, kā arī var izmantot zināšanas par tirgu, regulatīvajiem šķēršļiem un citiem faktoriem. 2. un 3. veida jaunajiem tirgus dalībniekiem šajā ziņā visdrīzāk ir priekšrocības.

Izmantojot datus, kas izklāstīti avotā *Dunne, Samuelson un Roberts*, var iegūt informāciju par interesantām atšķirībām starp dažādu veidu jaunajiem tirgus dalībniekiem. Neizdošanās (jeb iziešana no tirgus) parasti notiek samērā bieži un:

- vairāk nekā 60 % no jaunajiem tirgus dalībniekiem vienā grupā ciešs neveiksmi un iziet no attiecīgā nozares piecu gadu laikā;

- 1. veida jaunie tirgus dalībnieki (jaunie uzņēmumi ar jaunām ražotnēm) ciešs neveiksmi 7–8 reizes biežāk nekā 2. veida jaunie tirgus dalībnieki (uzņēmumi, kas paplašina darbību, uzbūvējot jaunu ražotni).

Kā minēts avotā *Caves (1998)* un *Sutton (1997)*, šie rādītāji atbilst vispārējiem rādītājiem, un pētnieki šādus rādītājus ir ieguvuši vairākkārt, izmantojot datus no dažādām nozarēm dažādās valstīs. Viens no secinājumiem šajā saistībā ir tas, ka 1. veida jaunie tirgus dalībnieki sastopas ar neproporcionāli lielākiem šķēršļiem un izmaksām. Tas nepārprotami liecina, ka normatīvajiem aktiem, kas paredz šķēršļus ienākšanai tirgū, ir daudz lielāka nelabvēlīga ietekme uz 1. veida jaunie tirgus dalībnieki.

Dažādi valdības un profesionālo organizāciju pieņemtie normatīvie akti ierobežo ienākšanu tirgū. Normatīvie akti var būt dažādi, piemēram, tieši ierobežojumi ienākt tirgū, un tie var būt arī netieši.

- Tiešajiem ierobežojumiem, iespējams, ir visnegatīvākā ietekme uz konkurenci. Piemēram:

Daudzās valstīs ir paredzēti noteikumi par mazumtirdzniecības veikalu skaitu noteiktā ģeogrāfiskā apgabalā vai uz noteiktu attiecīgajā apgabalā dzīvojošo personu skaitu. Saskaņā ar šo noteikumu tad, ja šo cilvēku skaits nekad nav lielāks par, piemēram, 5000, tad jaunu aptieku veidošana netiek atļauta. (Godīgas tirdzniecības biroja (2003) dokumentā ir izklāstīta noderīga informācija par konkurenci un regulatīvajām problēmām aptieku tirgū).

Saskaņā ar agrāku ASV un ES aviosabiedrību nolīgumu aviosabiedrība no Eiropas drīkstēja piedāvāt lidojumus uz ASV tikai no savas mītnes valsts pilsētām. Šis ierobežojums mazināja konkurenci ASV un ES aviosabiedrību tirgū. (Jaunajā nesen parakstītajā nolīgumā daudzi ierobežojumi ir atcelti)

- Par netiešiem ierobežojumiem var uzskatīt tos ierobežojumus, kas ietekmē ienākšanu tirgū netiešā veidā. Piemēram:

Lai veicinātu konkurenci neregulētā telesakaru tirgū, būtu nepieciešami noteikumi par to, ka pašreizējiem tirgus dalībniekiem ir jāļauj jaunajiem tirgus dalībniekiem izmantot to tīklu. Ja šāda prasība nav paredzēta, tad jaunie tirgus dalībnieki nevar sniegt (pieņēmamus) pakalpojumus (piem., interneta un telefona pakalpojumus) un radīt konkurenci. Līdzīgas problēmas pastāv elektroenerģijas tirgū, kur ir ļoti svarīgi tas, ka jaunajiem tirgus dalībniekiem ļauj izmantot pašreizējo tirgus dalībnieku tīklu, lai tie varētu radīt attiecīgu konkurenci. Ja šāda pieeja nodrošināšana nav obligāta, tad tas nebūt nenozīmē, ka pašreizējie tirgus dalībnieki neļaus izmantot savu tīklu, bet tādā gadījumā jaunajam tirgus dalībniekam/iespējamam konkurentam rodas papildu nenoteiktība par uzņēmuma nākotni.

Būtiskus šķēršļus ienākšanai tirgū var radīt profesionālo organizāciju (juridiskajā, grāmatvedības vai medicīnas jomā) pieņemtie kvalitātes standarti, sertifikācijas noteikumi u. c. prasības.

Ievērojami administratīvie un birokrātiskie šķēršļi, kas var kavēt vai ierobežot ienākšanu tirgū (sk. *Djankov, La Porta, Lopez-de-Silanes un Schleifer, 2002*).

1. ierāmējumā ir atlasīti tādu normatīvo aktu piemēri, kurus būtu lietderīgi aplūkot rūpīgāk saistībā ar ietekmi uz konkurenci un ienākšanu tirgū.

1. ierāmējums. **Ienākšana tirgū**

1. Laiks un nauda, kas ir vajadzīga birokrātisko šķēršļu pārvarēšanai, uzsākot uzņēmējdarbību, dažādās valstīs var būt ļoti atšķirīga. Saskaņā ar datiem avotā *Djankov, La Porta, Lopez-de-Silanes un Schleifer (2002)*, laiks, kas vajadzīgs jauna uzņēmuma izveidei, ir 2 dienas Kanādā un līdz pat 152 dienām Madagaskarā. Monetārās izmaksas, rēķinot procentos no IKP uz vienu iedzīvotāju (1997. gadā), ir no 0,53 % Jaunzēlandē un līdz pat vairāk par 300 % Tanzānijā, Bolīvijā un Dominikānas Republikā. Lielas atšķirības saistībā ar laiku (un izmaksām) ir vērojamas arī attīstītajās valstīs, piemēram, ASV ir vajadzīgas 4 dienas (0,5 %

no IKP uz vienu iedzīvotāju), 42 dienas (un 32 %) Vācijā un 2 dienas (un 2 %) Austrālijā. Dramatiskās atšķirības saistībā ar laiku, lai saņemtu atļauju, un ar to saistītās izmaksas liecina par būtiskiem šķēršļiem jauniem tirgus dalībniekiem. Lai samazinātu šķēršļus jauniem tirgus dalībniekiem un veicinātu izaugsmi un inovāciju, obligāti ir jāveic administratīva reforma saistībā ar procedūrām par ienākšanu tirgū.

2. Dažās valstīs ir pieņemti noteikumi par aptiekām, un tie var būt dažādi.

- Noteikumi par aptieku skaitu, kuras var darboties noteiktā ģeogrāfiskā apgabalā, vai uz iedzīvotāju skaitu. Piemēram, Ungārijā šī robeža ir aptuveni 5000 iedzīvotāju.

- Valsts kontrole, kā tas ir Zviedrijā, kur kopš 1970. gada izplatīšana tiek kontrolēta, veidojot *Apotekets* aptiekas. Privāto aptieku atvēršanu var uzskatīt par kriminālpārkāpumu, kā to apliecina tiesvedība pret Zviedrijas uzņēmumu *Bringwell International*, kas tirgoja *Nicorette* ražojumus.

- Noteikumi par tiešu ienākšanu tirgū, kā norādīts Apvienotās Karalistes Godīgas tirdzniecības biroja (2003) ziņojumā. Šādi noteikumi attiecībā uz aptiekām tika ieviesti Anglijā un Velsā, Skotijā un Ziemeļīrijā 1987. gadā, lai samazinātu Valsts Veselības dienesta [*National Health Service*] pieaugošās izmaksas. Noteikumi paredz, ka ir vajadzīgs oficiāls vērtējums par jaunu aptieku nepieciešamību, pārvietošanu un īpašnieka maiņu.

Kaut arī viens no pamatojumiem noteikumiem par aptieku atrašanās vietu ir vispārējo pakalpojumu sniegšana, šādi ierobežojumi var nelabvēlīgi ietekmēt konkurenci. Pat gadījumos, kad zāļu cenas tiek regulētas, šādi ierobežojumi var ietekmēt konkurenci preču daudzveidības un pakalpojumu kvalitātes ziņā. Vācijā, kur daudzi ierobežojumi ir atcelti, vairāki pētījumi liecina, ka konkurence ir palielinājusies, jo pieaugusi pakalpojumu daudzveidība. Kā secināts GTB (2003) ziņojumā, atceļot ierobežojumus par ienākšanu vietējo aptieku tirgū, patērētājiem būtu lielākas izvēles iespējas, ieguvumi no lielākas konkurences un labāka piekļuve aptieku pakalpojumiem.

3. Austrālijā ar 1998. gada tiesību aktu par pāreju uz digitālo apraidi tika aizliegta jaunu komerciālo raidorganizāciju izveide līdz 2006. gadam. Šāda lēmuma pamatā bija vēlme veicināt to, lai tirgū esošās komerciālās raidorganizācijas pārietu no analogās apraides uz digitālās televīzijas apraidi.

4. Uz brīvajām profesijām, piemēram, advokātiem, grāmatvežiem, arhitektiem, inženieriem un farmaceitiem, ES attiecas dažādi noteikumi, piemēram, maksas skala, reklāmas ierobežojumi, ekskluzīvas tiesības, kā arī aizliegums šo profesiju pārstāvjiem savstarpēji sadarboties. Kaut arī profesionālās organizācijas šos ierobežojumus pamato, uzsverot profesionālo pakalpojumu kvalitātes un standartu nodrošināšanu, ir svarīgi ņemt vērā, ka šādi var ierobežot konkurenci, un tādējādi var palielināties cenas un samazināties piedāvāto pakalpojumu daudzveidība.

5. ASV Vispārējās grāmatvedības biroja ziņojumā (2004) ir aprakstīts, ka saskaņā ar jauno Atvērto debesu nolīgumu [*Open Skies agreement*] ļoti nedaudz tiks ierobežots vai vispār netiks ierobežots to aviosabiedrību skaits, kuras varēs darboties, un nebūs nekādu ierobežojumu saistībā ar tirgiem, kurus šīs aviosabiedrības var apkalpot. Iepriekšējā nolīgumā bija ierobežojumi saistībā ar lidojumu skaitu no ES uz ASV, to sākumpunktu un galamērķi. Piemēram, *Air France* aviosabiedrība varēja piedāvāt lidojumus no Francijas uz ASV, bet nevarēja piedāvāt lidojumus, piemēram, no Frankfurtes uz ASV. Līdzīgi noteikumi bija ASV aviosabiedrībām. Jaunajā Atvērto debesu nolīgumā šķēršļi ienākšanai tirgū ir samazināti.

6. Avotā *Terzic, Wurm un Dietrich* (2000) ir norādīts, ka ar Vācijas 1998. gada tiesību aktu par enerģiju tika atceltas ekskluzīvās tiesības elektroenerģijas un dabasgāzes jomā, kas ierobežoja ienākšanu tirgū. Ar jauno tiesību aktu mazumtirdzniecības tirgus abiem enerģijas veidiem ir atvērts konkurencei. Elektroenerģijas patērētāji Vācijā, kuriem agrāk bija jāmaksā visaugstākās cenas Eiropā, ir piedzīvojuši konkurences palielināšanos, saņem labākus pakalpojumus un maksā zemākas cenas.

7. Tiesību akti, kas ietekmē ienākšanu tirgū, potenciāli samazinot konkurenci un negatīvi ietekmējot inovāciju un mazumtirdzniecības nozares izaugsmi, ir sastopami daudzās valstīs. Piemēram:

- Avotā *Bertrand un Kramarz* (2002) minēts, ka noteikumi par lielu mazumtirdzniecības veikalu izveidi un paplašināšanu ir radījuši šķēršļus ienākšanai tirgū, un tam ir bijusi ietekme uz Francijas mazumtirdzniecības nozari, kā arī tādēļ ir samazinājies nodarbinātības pieaugums;

- Daudzās Eiropas valstīs (Itālijā, Spānijā, Nīderlandē, Francijā u. c.) ir ierobežots mazumtirdzniecības veikalu darba laiks. Tiesību akti par nodokļiem un plānošanu ir izstrādāti ar mērķi aizsargāt mazus ģimenes stūra veikalus. Kaut arī mazie veikali ir tuvāk patērētājam, tomēr šo noteikumu dēļ mazumtirgotāji (lieli un mazi) nevar sniegt labākus pakalpojumus, kā arī nepalielinās nodarbinātība, kas palielinātos, ja šo veikalu darba laiks būtu ilgāks. Šādu noteikumu radītās problēmas ir aplūkotas ESAO (1997) ziņojumā;

- Tādās valstīs kā Japāna, kur līdzīgas prasības ir samazinātas, šajā nozarē ir notikusi ievērojama izaugsme. Lai aizsargātu neatkarīgos mazumtirgotājus, Japānā 1974. gadā tika pieņemts Likums par lielajiem mazumtirdzniecības veikaliem [*Large-Scale Retail Store Law*]. Noteikumu prasības tika samazinātas trīs pārskatīšanas reizēs, kas notika 20. gs. deviņdesmitajos gados. Pieteikumu skaits lielu veikalu atvēršanai strauji pieauga no 794 pieteikumiem 1989. gadā līdz 1667 pieteikumiem 1990. gadā un lielāko skaitu sasniedza 1996. gadā, kad tika iesniegti 2269 pieteikumi.

Kaut arī par pamatojumu noteikumiem mazumtirdzniecības nozarē tiek izmantotas dažādas sabiedrības intereses (piemēram, mazo uzņēmumu aizsardzība), ir jānovērtē šo noteikumu ietekme uz konkurenci un ekonomisko izaugsmi.

8. ASV Federālā sakaru komisija (FSK) 2005. gada augustā nolēma atcelt noteikumus, kuros bija paredzēts, ka tirgū esošajiem telesakaru nodrošinātājiem kā, piemēram, reģionālajiem *Bell* uzņēmumiem, ir jānodrošina konkurentiem pieeja ciparu abonētājiem (DSL). Šis FSK lēmums nozīmē, ka DSL noteikumi tagad ir pielīdzināmi kabeļu modemu pakalpojuma noteikumiem. FSK šīs izmaiņas pamatoja ar to, ka, piespiežot pašreizējiem tirgus dalībniekiem dot konkurentiem pieeju savam tīklam, šie uzņēmumi netiek stimulēti ieguldīt līdzekļus jaunos produktos un jaunos pakalpojumos. Klientu grupas savukārt uzskatīja, ka tirgū samazināsies konkurence un ka DSL lietotājiem būs mazāka izvēle, pasliktināsies pakalpojumu kvalitāte un palielināsies cenas.

Kaut arī daudzos gadījumos sākotnējais attiecīgo normatīvo aktu pieņemšanas iemesls bija pamatotas sabiedrības intereses, ir svarīgi ņemt vērā, ka tiem var būt negatīva ietekme uz patērētāju labklājību un tie var samazināt ilgtermiņa izaugsmi un tirgus attīstību. Ir jāizvairās no ierobežojumiem saistībā ar ienākšanu tirgū, jo īpaši tādiem ierobežojumiem, kas tiek

pieņemti, lai regulētu tirgus struktūru. Bet normatīvos aktus, kuru pamatā ir zemes izmantojuma reglamentēšana, zināmos gadījumos var uzskatīt par pieņemamiem. Dabisko monopolu gadījumā, kā arī tad, ja ir runa par vispārējo pakalpojumu sniegšanu, ir vēlams izvairīties no ekskluzīvu tiesību piešķiršanas. Ja attiecīgajā nolīgumā šādas tiesības tiek paredzētas, tad, mainoties nosacījumiem un tirgus apstākļiem, noteikumi ir jāpārskata. Ja valstis paredz ierobežojumus par ienākšanu tirgū, pamatojoties uz tirgus stabilitāti (piemēram, finanšu un banku tirgū), veicamajiem pasākumiem ir jābūt skaidriem un pārredzamiem, ka arī ir jāpiemēro minimālo ierobežojumu princips. Ņemot vērā iespējamo negatīvo ietekmi, reglamentējošajām institūcijām ir rūpīgi jāpārskata normatīvie akti, kuri tieši vai netieši ierobežo ienākšanu tirgū.

4.1.2. Ekskluzīvu tiesību piešķiršana vai to termiņa pagarināšana

Valdība var piešķirt uzņēmumiem ekskluzīvas tiesības uz idejām, preču ražošanu, preču iegādi un pakalpojumu sniegšanu ļoti daudz jomās. Piemēram:

- cieto atkritumu apglabāšanas tirgū atkritumu savākšanas mehānismā privātiem uzņēmumiem tiek piešķirtas ekskluzīvas tiesības uz atkritumu savākšanu;
- vēsturiski elektroenerģijas, dabasgāzes, telesakaru, ūdensapgādes, pasta pakalpojumu un dzelzceļa pārvadājumu jomā tiek piešķirts tiesiskā monopola status (jeb ekskluzīvas tiesības) sniegt attiecīgos pakalpojumus;
- Dažādos tirgos un valstīs vietējās, reģionālās vai valsts aģentūras var parakstīt līgumus, ar kuriem privātajiem uzņēmumiem tiek piešķirtas ekskluzīvas tiesības piegādāt konkrētas preces vai sniegt konkrētus pakalpojumus. Šādi līgumi var tikt noslēgti aizsardzības jomā, kā arī saistībā ar ieguldījumiem u. c. jomās.

Šādu tiesību piešķiršanai vai to termiņa pagarināšanai var būt dažādi iemesli. Dažās nozarēs viens no tiesisko monopolu izveides (jeb ekskluzīvo tiesību piešķiršanas) iemesliem ir saistīts ar apjomradītiem ietaupījumiem, ko rada lielās pieskaitāmās izmaksas. Laika gaitā, attīstoties tirgiem un tehnoloģijām, daudzās valstīs šo nozaru regulēšana ir izbeigta, valsts uzņēmumi tiek privatizēti, un ir atļauta konkurence. Tāpat, izmantojot sīkās izstrādātas regulēšanas pieejas, ir noteiktas konkrētas attiecīgo nozaru daļas, kurām ir raksturīgi dabiskie monopoli, un tās ir nodalītas no citām daļām (gan iepriekšējā, gan nākamajā tirgus posmā), kurās var atļaut konkurenci. Uzņēmumi, kuriem ir piešķirtas ekskluzīvas tiesības uz preču ražošanu un pakalpojumu sniegšanu, iegūst ievērojamu tirgus varu. Dabisko monopolu gadījumā šī problēma saistībā ar komunālajiem pakalpojumiem tika atrisināta, regulējot cenu jeb peļņas normu.

Patentu piešķiršanas iemesli ir skaidri, bet viens no jautājumiem, par kuru pēdējos gados ir bijušas ievērojamas diskusijas, ir saistīts ar patenta termiņa “pagarināšanu”. Zāļu ražotāji, piemēram, agresīvi cenšas panākt patenta termiņu pagarināšanu. Patenta tiesību aizsardzības termiņa pagarināšanai var būt ievērojami trūkumi:

- tiek pagarināts laiks, kurā patērētājiem ir jāmaksā augstāka cena;
- patentu īpašnieki, agresīvi cenšoties panākt termiņa pagarinājumu, var radīt ļoti lielas izmaksas (piem., tiesāšanās izmaksas) iespējamiem tirgus jaunpienācējiem, piemēram, vispārējiem zāļu ražotājiem, un tas var būtiski samazināt iespējamību, ka attiecīgais

uzņēmums ienāks tirgū nākotnē. Ilgtermiņā tam var būt ļoti nelabvēlīga ietekme uz konkurenci.

Kaut arī tiesisko monopolu izveidošanai bija pamatoti iemesli, tomēr literatūrā par šādu noteikumu ietekmi ir parādīts, ka tādu būtisku trūkumu dēļ kā inovācijas trūkums, ražošanas neefektivitāte un jaunāko tehnoloģiju neizmantošana ilgtermiņā ir būtiski samazinājuši attiecīgo nozaru izaugsmi. Citos gadījumos, kad valdība piešķir ekskluzīvas tiesības, ir vērojamas gan priekšrocības, gan trūkumi, un šos gadījumus ir ieteicams vērtēt individuāli. Saistībā ar piemēru par cieto atkritumu apglabāšanu valdības aizvien biežāk saprot, ka šajā tirgū var atļaut konkurenci, jo tam būs labvēlīga ietekme (sk. ESAO (2000) ziņojumu par izmēģinājumiem Somijā). Daudzos gadījumos valdības piešķirtās ekskluzīvās tiesības var atcelt, turpinot rūpīgi novērot notikumus attiecīgajā tirgū.

2. ierāmējumā ir izklāstīti piemēri un jautājumi par ekskluzīvajām tiesībām, kā arī minēti piemēri par iespējamo negatīvo ietekmi.

2. ierāmējums. Ekskluzīvu tiesību piešķiršana vai to termiņa pagarināšana

1. Rietumaustrālijā ar Noteikumiem par tiesībām uz ūdeni un apūdeņošanu (aku izbūve un pārbūve) [*Rights in Water and Irrigation (Construction and Alteration of Wells) Regulations*] (1963) Ūdenstilpņu un upju komisijai [*Waters and Rivers Commission*] tika piešķirtas ekskluzīvas tiesības uzstādīt, remontēt un pārbaudīt ūdens skaitītājus. 2000. gadā valdība šajos noteikumos izdarīja grozījumus, lai atņemtu Ūdenstilpņu un upju komisijai ekskluzīvās tiesības uzstādīt, remontēt un pārbaudīt ūdens skaitītājus, jo tās kaitēja konkurencei.

2. Nozare, kurā vērojams ļoti liels skaits pieteikumu par patenta termiņa pagarināšanu, ir zāļu ražošana. Patenta tiesību aizsardzības pagarināšanai nereti var būt ļoti nelabvēlīga ietekme uz konkurenci.

- *Prozac* (antidepresants) tika patentēts 1977. gadā un nonāca pārdošanā 1987. gadā. Tās ir vienas no visvairāk pārdotajām zālēm vēsturē. *Eli Lilly* piecus gadus centās panākt, lai tiesa pagarina patenta termiņa pagarināšanu *Prozac*, bet zaudēja. Uzņēmums *Barr Laboratories*, kurš bija pret termiņa pagarināšanu, kopā ar *Dr. Reddy's Laboratories*, *Teva Pharmaceuticals*, *Geneva Pharmaceuticals* un *Pharmaceutical Resources* varēja ražot vispārējo zāļu versiju par ļoti mazu daļu no sākotnējām izmaksām. Tika aprēķināts, ka tiklīdz tirgū ienāks vispārējie ražotāji cena par 20 mg kapsulu samazinātos no 2 ASV dolāriem (*Eli Lilly* zīmola versija) līdz 0,5 ASV dolāriem par vispārējo ražotāju kapsulām.

- Patentu termiņa pagarināšanas pieteikumi ir ierasta lieta. Piemēram, Japānā no 20 jauniem patentu termiņa pagarinājuma pieteikumiem 16 ir saistīti ar zāļu ražošanas nozari. *Merck Sharp & Dohme* ir ieguvuši termiņa pagarinājumu uz pieciem gadiem *Maxalt* tabletēm, ko izmanto migrēnas ārstēšanā (patenta termiņš tagad beidzas 2017. gadā). Avots: *The Japanese Patent Gazette*, 2005. gada 25. maijs.

3. Brazīlijā patentētais izgudrojums ir jāražo Brazīlijā, lai patenta tiesību saņēmējs saglabātu ekskluzīvās tiesības, kas tiek piešķirtas ar Brazīlijas patenta tiesībām. Dažās nozarēs kā, piemēram, zāļu ražošana un biotehnoloģijas, ražošanas iekārtu iegādei ir vajadzīgas lielas investīcijas, un nevar cerēt, ka uzņēmums uzbūvēs ražotni katrā valstī. Tam var būt ļoti nelabvēlīga ietekme uz konkurenci dažādās nozarēs.

4. 1997. gadā tā sauktajā *Ferrovias* lietā Kolumbijas valsts uzņēmums (*Ferrovias*) noslēdza ekskluzīvu līgumu ar citu uzņēmumu (*Drummond*) par akmeņogļu pārvadāšanu uz 30 gadiem. Līgumā bija paredzēts nosacījums par citu uzņēmumu akmeņogļu pārvadāšanu, ja par to iepriekš ir saņemts *Drummond* apstiprinājums. Kolumbijas uzraudzības institūcija vēlāk pārbaudīja šo rīcību un secināja, ka šis līgums ir diskriminējošs un tas ierobežo konkurenci. Šis piemērs par konkurences tiesību piemērošanu apliecina ekskluzīvu līgumu noslēgšanas negatīvo ietekmi.

5. Valdības dažkārt izbeidz valsts monopolu darbību, bet izveido privātos monopolus. Šāda lēmuma svarīgākā daļa dažkārt ir augsti solījumi par valstij piederošajām daļām. Valdībai ir jāatturas no vēlmes iegūt augstāku cenu īstermiņā, lai netiktu piešķirtas ekskluzīvas tiesības un nodarīts daudz lielāks kaitējums patērētājiem un ekonomikas izaugsmei vidējā termiņā un ilgtermiņā. Piemēram, Jamaikā telesakaru uzņēmums tika privatizēts, piešķirot ekskluzīvas tiesības uz 25 gadiem.

6. Kā norādīts avotā *Goodwin* (2001), lietā, kuru 2000. gadā izskatīja Eiropas Kopienų Tiesa, saskaņā ar Kopenhāģenas pašvaldības noteikumiem tika piešķirtas ekskluzīvas tiesības, lai ierobežotu tādu uzņēmumu skaitu, kuri var pārstrādāt būvgružus, kas nav bīstami un kas iegūti pašvaldības teritorijā. Nodrošinot būvgružu piegādi ierobežotam uzņēmumu skaitam, pašvaldība cerēja, ka tas veicinās ieguldījumus liela pārstrādes ceļa būvniecībā, iegūstot labākas kvalitātes pārstrādātos materiālus. Kaut arī Kopenhāģenas pārstrādes ceļam bija visas iespējas veikt šo funkciju, tam šāda iespēja tika liegta, pieņemot noteikumus par būvgružu pārstrādi.

Tiek iegūti aizvien vairāk apliecinājumu tam, ka atsevišķās jomās ekskluzīvu tiesību piešķiršana vai to termiņa pagarināšana nebūt neuzlabo labklājību. Piemēram, ņemot vērā straujo izaugsmi vispārējo zāļu ražošanas nozarē, ir ļoti rūpīgi jāpārskata patentu termiņu pagarināšana. Neapšaubāmi ir gadījumi, kad šādi pagarinājumi ir jāpiešķir, piemēram, ja regulatīvā apstiprinājuma process ir daudz garāks, nekā tas paredzēts, un tas saīsina faktisko patenta tiesību periodu. Dažkārt patentu tiesību īpašnieki agresīvi cenšas panākt pagarinājumus un var radīt lielākas izmaksas konkurējošajiem vispārējiem ražotājiem. Dažiem pašreizējiem tirgus dalībniekiem ir lieli iekšējie resursi, un viņi var iesaistīties garā tiesāšanās procesā, bet konkurentiem šādu iespēju var nebūt. Šādos gadījumos pagarinājuma piešķiršana var liegt patērētājiem iespēju iegādāties lētākas vispārējās zāles, tādējādi nodarot ievērojamu kaitējumu labklājībai. Citās jomās kā, piemēram, atkritumu savākšana, daži izmēģinājumi par konkurences palielināšanu šajos tirgos liecina par ievērojamu pakalpojumu kvalitātes uzlabošanu un cenas samazināšanu. Kopumā ekskluzīvo tiesību piešķiršana vai to termiņa pagarināšana ir rūpīgi jāizvērtē, jo tā var būtiski samazināt konkurenci.

4.1.3. Normatīvie akti par preču, pakalpojumu un kapitāla plūsmu starp pavalstīm vai starp reģioniem

Valsts iekšējie noteikumi par preču un pakalpojumu plūsmu ir bijusi kopīga iezīme daudzās valstīs. Vēsturiski tika noteiktas nodevas par preču pārvešanu starp dažādiem reģioniem un pavalstīm. Kaut arī laika gaitā šie ierobežojumi ir atcelti, šādi gadījumi joprojām ir sastopami. Par labu šādu noteikumu pieņemšanai tiek minēti dažādi argumenti:

- pavalsts vai reģiona uzņēmumu aizsardzība no konkurences;

- tā kā ceļi reģionā vai pavalstī parasti atrodas vietējās valdības pārraudzībā, tiek pieņemti noteikumi un ieviestas nodevas par noteikta izmēra smagkravas automobiļiem, kas brauc pa attiecīgā reģiona vai pavalsts ceļiem, kā arī noteikumi un nodevas par noteiktu kravu svaru;

- patērētāju aizsardzība. Piemēram, tāda normatīvā akta pieņemšana, ar kuru tiek aizliegta citā pavalstī vai reģionā ražota alkohola tirdzniecība attiecīgajā pavalstī vai tā transportēšana caur attiecīgo pavalsti, vai ievēšana attiecīgajā pavalstī.

Normatīvie akti, kas ierobežo preču ģeogrāfisko plūsmu, var būt dažādi kā, piemēram, pilnīgs aizliegums iepirkt preces un pakalpojumus no citas pavalsts vai reģiona. Piemēram:

- Floridas štatā ASV bija spēkā ierobežojumi par vīna pārvadājumiem no citiem štatiem. Persona nedrīkstēja iegādāties vīnu citā štatā un veikt tā piegādi uz savu dzīves vietu Floridā vai kļūt par vīna kluba locekli citā štatā un veikt vīna piegādi uz savu dzīves vietu. Saskaņā ar Floridas tiesību aktiem to uzskata par kriminālnozieģumu. Avotā *Giachino* (2000) ir teikts, ka šādi normatīvie akti bieži tiek pieņemti, lai nodrošinātu īpašas privilēģijas un aizsargātu attiecīgās pavalsts mazumtirgotājus un izplatītājus.

Šādus normatīvos aktus var noteikt arī kā preču plūsmas ierobežojumus, tostarp paredzot nodokļus par starpreģionu tirdzniecību. Piemēram:

- Avotā *Goodpaster un Ray* (2000) norādīts, ka Indonēzijā ir bijuši spēkā daudzi noteikumi un nodokļi par lauksaimniecības produktu pārvadāšanu starp reģioniem. Ar Likumu Nr. 18 [*Law 18*] (1997) traucējumi tika samazināti, un tirdzniecība starp reģioniem palielinājās. Tomēr pētījumā norādīts, ka dažās jomās daudzi netieši vai tieši ierobežojumi atkal parādījās Dienvidsulavesi [*South Sulawesi*] reģionā. To vidū bija arī vietējā transporta departamenta pieņemtie ierobežojumi par to kravu svaru, kuras pārvadā ar smagkravas automobiļiem. Šo normatīvo aktu ietekmē vietējās varas iestādes pieprasīja maksājumus no smagkravas automobiļu vadītājiem. Šo preču plūsmas šķēršļu dēļ lauksaimniekiem bija jāpiedāvā savi produkti par zemāku cenu, un tie kavēja vietējo un reģionālo tirgu izaugsmi un attīstību.

3. ierāmējumā ir apkopoti daži piemēri par dažāda veida ietekmi uz konkurenci saistībā ar noteikumiem par preču un pakalpojumu plūsmu.

3. ierāmējums. Preču, pakalpojumu un kapitāla plūsma

1. Ar Džounsa aktu [*Jones Act*] ASV ir noteikti ierobežojumi kuģiem, kuri pārvadā kravu starp divām ASV ostām. Menas štata likumdevējs pieprasīja Kongresam atcelt šo normatīvo aktu, jo tas kavē komercdarbības un Menas štata ostu attīstību. Likumdevējs apgalvoja, ka, pieaugot tirgus globalizācijai, ierobežojumiem par celtnieku pilsonību un kuģa īpašnieku valstisko piederību vairs nav loģiska pamatojuma.

2. Agrāk Indijā bija spēkā noteikumi, kas ierobežoja pārtikas labības pārvadājumus starp dažādām pavalstīm. Pārvaldes iestādes ierobežoja šādus pārvadājumus, izmantojot iepriekšējus rīkojumus, tādējādi radot šķēršļus brīvai preču plūsmai. Kaut arī 1993. gadā centrālā valdība nolēma visu valsti uzskatīt par vienu pārtikas zonu, lai atvieglotu lauksaimniecības produktu plūsmu, tomēr avotā *Wadhwa* (2001) ir norādīts, ka dažas pavalstis turpinājušas veikt vismaz neoficiālu kontroli, kas var kaitēt brīvai lauksaimniecības produktu plūsmai starp pavalstīm.

- Vietējām amatpersonām ir ierasta prakse uz pavalsts robežas apturēt un pārbaudīt smagkravas automobiļus ar kravu. Kaut arī tās ir tikai parastas pārbaudes, tomēr šie automobiļi dažkārt tiek aizturēti par uz vairākām dienām. Tas privātajiem tirgotājiem rada lielas izmaksas. Tādos labības audzēšanai piemērotos reģionos kā Pendžāba [*Punjab*], Harjāna [*Haryana*] un Rietumu Utarpradēša [*Western Uttar Pradesh*] tiek piemēroti neoficiāli ierobežojumi, kuru dēļ lauksaimnieki var zaudēt tiesības pārdod savus produktus pircējiem, kas piedāvā labāku cenu, un tādējādi valdības noteikumus var pielīdzināt izspiešanai.

3. Lielākajā daļā valstu būtisku daļu no precēm pārvadā ar smagkravas automobiļiem. Nereti šo automobiļu transportam ir noteikti dažādi ierobežojumi. Tam ir dažādi pamatojumi, tostarp satiksmes kontrole pilsētās un piesārņojuma kontrole. Kaut arī daži no iemesliem un ierobežojumiem ir pamatoti, ir svarīgi ņemt vērā, ka šādi ierobežojumi var samazināt preču plūsmu, veicināt tirgu sadalīšanos un kaitēt konkurencei. Lūk, daži piemēri:

- Automaģistrāle A12 ir svarīgs komerciālās satiksmes maršruts starp Vāciju un Itāliju. Tiroles reģions aizliedza smagkravas automobiļu satiksmi vides apsvērumu dēļ (gaisa kvalitātes uzlabošana). EKT (lietā C-320/03) noteica, ka smagkravas automobiļu satiksmes aizliegums šādā noslogotā maršrutā ir nelikumīgs brīvas preču aprites ierobežojums.

- Agrāk ES dalībvalstīs bija spēkā atšķirīgi satiksmes ierobežojumi smagkravas automobiļiem nedēļas nogalēs un brīvdienās. Starptautiskā Autotransporta savienība, piemēram, uzskatīja, ka šiem atšķirīgajiem ierobežojumiem ir būtiska ietekme uz komercdarbību dalībvalstīs, kā arī ES kopumā, un aicināja šos noteikumus saskaņot.

4. Daudzās valstīs ir (vai bija) noteikti šķēršļi profesionāli kvalificēta darbaspēka aprītei, tādējādi ietekmējot profesionālo pakalpojumu tirgu. Agrāk ES dalībvalstīs bija spēkā atšķirīgi noteikumi, bet līdz ar jaunās ES direktīvas pieņemšanu saskaņā ar “savstarpējās atzīšanas principu” dalībvalstīm tiek pieprasīts veikt kvalifikāciju atzīšanu. Samazinot šos ierobežojumus, palielināsies profesionālo pakalpojumu aprīte, kas nāks par labu klientiem, kuri varēs saņemt daudzveidīgākus pakalpojumus un, iespējams, maksāt zemākas cenas. ASV dažādos štatos, piemēram, juristiem un ārstiem, ir jākārt sertifikācijas pārbaudījumi. Tas rada šķēršļus medicīnisko un juridisko profesiju pārstāvju aprītei starp štatiem un, iespējams, kaitē konkurencei.

Ir svarīgi saprast, ka brīva preču, pakalpojumu un kapitāla plūsma starp vienas valsts reģioniem ir būtiska, lai patērētāji varētu gūt labumu no konkurences un uzņēmumiem būtu pieeja plašākam tirgum, kurā pārdot savas preces un attīstīties. Šos ieguvumus var zaudēt, ja reģionos vai pavalstīs tiek pieņemti normatīvie akti par preču un pakalpojumu plūsmu. Tas netieši nozīmē to, ka normatīvie akti, kuri ierobežo preču un pakalpojumu plūsmu, ir rūpīgi jāpārskata un jānovērtē ieguvumi un izmaksas, kā arī to ietekme uz konkurenci. Ievērojot vispārēju principu, šādi ierobežojumi ir jāatceļ.

4.2. Normatīvie akti, kas ierobežo piegādātāju konkurētspēju

Valdība un profesionālās organizācijas var pieņemt normatīvos aktus, kas dažkārt var samazināt konkurenci starp uzņēmumiem tirgū, iespējams, palielināt cenas un samazināt preču un pakalpojumu daudzveidību un kvalitāti. Daži no piemēriem ir noteikumi, kas:

- ierobežo uzņēmumu brīvību reklamēt vai tirgot savus ražojumus;

-
- nosaka “nepamatoti augstus” preču vai pakalpojumu kvalitātes standartus, kuru ietekmē dažiem piegādātājiem rodas priekšrocības salīdzinājumā ar citiem piegādātājiem, vai tādus standartus, kas ir augstāki par standartu, kuru izvēlētos daudzi labi informēti klienti, ņemot vērā savas vēlmes un pirktspēji;
 - būtiski palielina dažu piegādātāju izmaksas salīdzinājuma ar citiem piegādātājiem, piemēram, pašreizējiem tirgus dalībniekiem paredzot atšķirīgus noteikumus nekā jaunajiem tirgus dalībniekiem;
 - kontrolē vai būtiski ietekmē preču pārdošanas vai pakalpojumu sniegšanas cenas.

Kā minēts turpmāk, runājot par konkrētiem piemēriem un diskusijām, tad kā iemesli šādiem noteikumiem parasti tiek norādīti daži ekonomiski ieguvumi un/vai sociālie labumi. Mūsu mērķis nav apšaubīt šos iemeslus, bet rūpīgi izvērtēt šo noteikumu iespējamo negatīvo ietekmi uz konkurenci tirgū un pārbaudīt, vai attiecīgos ierobežojumus var ieviest citādi, lai pēc iespējas samazinātu to, ka cieš patērētāju labklājība, kas var notikt augstāku cenu, kā arī mazākas daudzveidības un sliktākas kvalitātes dēļ.

4.2.1. Noteikumi par reklāmu un tirgdarbību

Izmantojot reklāmu, uzņēmumi var izplatīt informāciju par preces īpašībām, esošo preču kvalitāti un cenu, uzlabojumiem un jaunas preces ieviešanu. Parasti reklāmai ir ļoti svarīga nozīme patērētāju informēšanā, lai patērētāji varētu izdarīt labāku izvēli un pilnīgāku vērtējumu. Uzņēmumi izvieto reklāmu dažādos plašsaziņas līdzekļos, tostarp televīzijā, radio, avīzēs un žurnālos, kā arī aizvien vairāk internetā. Ir arī citi reklāmas veidi, piemēram, reklāma logos mazumtirdzniecības vietās, profesionāli veidoti reklāmas stendi uzņēmējdarbības veikšanas vietā un reklāmas bukletu izplatīšana. Visbeidzot pēdējā laikā novērota tendence pievērsties tiešajai reklāmai (jeb tirgdarbībai), kad uzņēmumi informācijas izplatīšanai izmanto tālruņus, e-pastu un faksu.

Reklāmu var iedalīt divos plašos veidos: salīdzinoša un nesalīdzinoša reklāma.

- Salīdzinošajā reklāmā reklāmas devēja mērķis ir izcelt pārdodamās preces priekšrocības salīdzinājumā ar konkurentu precēm. Salīdzinājumi var būt ļoti konkrēti, izceļot, piemēram, tehniskas atšķirības. Vai arī tie var būt vispārīgāki un pēc būtības subjektīvāki. Salīdzinošajā reklāmā var izmantot arī cenu salīdzinājumu starp reklāmas devēja preci un konkurentu preci. Automašīna ražotājs, piemēram, var izmantot reklāmu un apgalvot, ka tā ražotie automobiļi ir drošāki nekā konkurentu ražojumi, atsaucoties uz sadursmju testiem. Gāzēto dzērienu ražotājs var izmantot reklāmu, ka tā ražotajam dzērienam ir labāka garša nekā konkurentu ražojumam, atsaucoties uz patērētāju aptauju.
- Nesalīdzinošas reklāmas mērķis ir izcelt reklāmas devēja preces īpašības. Tā var būt kvalitāte, preces īpašības un cena. Salīdzināšana ar konkurentu precēm netiek veikta. Automašīnu ražotājs reklāmā, piemēram, var vienkārši izcelt savu automobiļu labās īpašības vai norādīt modeļu cenas.

Daudzās valstīs ir paredzēti noteikumi par dažādu preču un pakalpojumu reklāmu un tirgdarbību. Šie ierobežojumi var būt dažādi, un dažādās valstīs ir vērojamas būtiskas atšķirības, kā arī vienā valstī dažādām precēm šie noteikumi ir ļoti atšķirīgi. 4. ierāmējumā ir minēti ilustratīvi piemēri par reklāmas un tirgdarbības ierobežojumiem, un turpmāk ir sniegta papildu informācija par dažiem jautājumiem.

• Salīdzinoša reklāma. Vairākās valstīs ir noteikti ierobežojumi salīdzinošai reklāmai neatkarīgi no tā, vai reklāma ir par preces īpašībām vai cenām, proti, šāda reklāma ir atļauta, ja attiecīgos apgalvojumus ir apstiprinājusi neatkarīga organizācija. Svarīgs jautājums saistībā ar salīdzinošo reklāmu ir apgalvojumu patiesums un solījumu izpilde. Patērētājam, piemēram, var būt pārāk maz informācijas vai spēju, lai pārbaudītu, vai apgalvojumi ir precīzi. Tāpēc ir vajadzīga organizācija, kas izskata patērētāju sūdzības, un faktiski daudzās valstīs ir spēkā normatīvie akti par maldinošu un nepatiesu reklāmu. Kopumā jāatzīst, ka nepamatoti salīdzinošās reklāmas ierobežojumi var samazināt patērētājiem pieejamo informāciju par to, kā atšķiras preču kvalitāte, īpašības un dažādu piegādātāju cenas.

• Nesalīdzinoša reklāma. Dažās valstīs, piemēram, zāļu ražotājiem nav atļauts reklamēt savu produkciju. Līdzīgi ir ar alkoholu saturošiem produktiem un tabaku. Ir bijuši vai joprojām ir spēkā stingri ierobežojumi vai pilnīgi aizliegumi reklamēt arhitektu, juristu, veterināru un ārstu pakalpojumus. Attiecībā uz zālēm viens no pamatojumiem ierobežojuma noteikšanai ir tāds, ka, atļaujot zāļu reklāmu, var vēl vairāk palielināties (reklāmas) radītais pieprasījums pēc zālēm daļēji tāpēc, ka cilvēki, kas nav attiecīgās jomas speciālisti, nevarēs pienācīgi salīdzināt un pretnostatīt dažādus ražojumus un ka reklāmā var manipulēt ar patērētāju bailēm. Lielāks zāļu patēriņš var kaitīgi ietekmēt veselību un samazināt iespējas kontrolēt veselības aprūpes izmaksas. Saistībā ar alkohola reklāmas ierobežošanu tiek norādīts, ka šādai reklāmai var būt nelabvēlīga ietekme uz veselību un ka reklāmas ietekmē patērētājiem rodas pozitīvas asociācijas ar vielām, kuras pārmērīga patēriņa gadījumā ir bīstamas. Ierobežojumus dažādu profesiju reklāmai galvenokārt ievieš attiecīgās profesionālās organizācijas. Kaut arī šīm organizācijām sākotnēji, iespējams, ir bijuši pamatoti iemesli šādu ierobežojumu noteikšanai, tomēr tie var nevajadzīgi samazināt konkurenci un kaitēt patērētāja labklājībai. Tomēr plašākā kontekstā nesalīdzinošās reklāmas ierobežojumi var kavēt izplatīt vērtīgu informāciju par preces kvalitāti un īpašībām.

• Izmērs, plašsaziņas līdzekļi un diennakts laiks. Piemēram, stipros alkoholiskos dzērienus var reklamēt tikai speciālos žurnālos, bet ir stingri ierobežojumi par reklāmu tādos plašsaziņas līdzekļos kā televīzija. Daudzās valstīs pat žurnālos tiek ierobežots reklāmas laukums, kuru var izmantot stipro alkoholisko dzērienu reklāmai. Dažās valstīs alkoholisko dzērienu reklāma ir atļauta tikai vēlu vakarā. Galvenais iemesls ierobežojumiem saistībā ar izmēru, plašsaziņas līdzekļu veidu un diennakts laiku ir to preču atpazīstamības samazināšana, kurām ir negatīva ietekme uz atsevišķām iedzīvotāju grupām, piemēram, nepilngadīgajiem, vai ar šo preču lietošanu saistītais apdraudējums veselībai.

• Tiešā tirgdarbība. Aizvien biežāk valstīs tiek aizliegta tiešā tirgdarbība pa e-pastu, faksu un tālruni vai tiek paredzēti stingri noteikumi par to. Parasti gan lieli, gan mazi uzņēmumi, kā arī pašnodarbinātās personas izmanto šo reklāmas veidu savu preču un pakalpojumu reklamēšanai. Viens no iemesliem šī reklāmas veida izmantošanai ir salīdzinoši zemās izmaksas (salīdzinot, piemēram, ar reklāmas izmaksām televīzijā vai speciālos žurnālos). Daudzi uzņēmumi dod priekšroku tiešai reklāmai, jo ar tās palīdzību tie var uzrunāt savu mērķauditoriju. Viens no būtiskākajiem šī tirgdarbības veida trūkumiem ir iejaukšanās privātajā dzīvē. Cilvēkiem varētu nepatikt, ka viņiem vairākas reizes dienā pa tālruni zvina tirgotāji. Uzņēmumi varētu nevēlēties saņemt faksa sūtījumus no citiem uzņēmumiem, kas reklamē savas preces vai pakalpojumus. Visbeidzot ar darbu nesaistītu surogātpasta sūtījumus uzskata par traucēkli, kas mazina darba ražīgumu un var pārslogot e-pasta sistēmu un datorsistēmu. Tomēr, nosakot nepamatoti stingrus ierobežojumus vai aizliegumus saistībā ar tiešo tirgdarbību, var radīt ļoti nelabvēlīgu ietekmi. Šo reklāmas veidu, iespējams, vēlas izmantot mazie uzņēmumi un pašnodarbinātās personas, kuras nevar izmantot citu reklāmas

veidu lielo izmaksu dēļ. Kaut arī ir vajadzīgi daži noteikumi par tiešo reklāmu, piemēram, lai darba vietās novērstu ražīguma samazināšanos, ko rada nevajadzīgi faksa un e-pasta sūtījumi, tomēr šajā ziņā ir jārod līdzsvars, lai mazajiem uzņēmumiem un pašnodarbinātajām personām būtu iespēja izmantot reklāmu uzņēmējdarbībā.

Papildus iepriekš teiktajam ir atsevišķas īpašas problēmas, ko var radīt dažādi noteikumi par reklāmu un tirgdarbību saistībā ar konkrētām profesijām. Dažkārt profesionālajai apvienībai tiek piešķirtas tiesības paredzēt nosacījumus, saskaņā ar kuriem ir jāveic profesionālā darbība. Šādā gadījumā profesionālās apvienības bieži ir ieinteresētas pieņemt noteikumus, kas samazina konkurenci, un viens no veidiem tā panākšanai ir reklāmas ierobežojumu noteikšana. Šie ierobežojumi var ļoti efektīvi atturēt uzņēmumus no tā, ka patērētājiem tiek sniegta informācija, kuru tie uzskatītu par ļoti vērtīgu, jo profesionālās apvienības var atņemt tiesības veikt profesionālo darbību, ja netiek ievēroti tās noteikumi. Pēc septiņpadsmit ar reklāmu saistītu pētījumu sīkas pārskatīšanas avotā *Stephen* un *Love* (2000) ir secināts, ka pieaugot reklāmai parasti samazinās maksa par profesionāļu pakalpojumiem, kas netieši nozīmē to, ka reklāmas ierobežojumi dažādu profesiju pārstāvjiem rada šķēršļus ienākšanai tirgū un konkurencei.

Kaut arī dažu veidu noteikumi par reklāmu ir pieņemti, ņemto vērā svarīgas sabiedrības intereses, reklāmas ierobežojumi parasti samazina informācijas plūsmu un negatīvi ietekmē konkurenci un patērētāju labklājību. Noteikumi par reklāmu var arī ierobežot jaunu uzņēmumu ienākšanu tirgū, samazinot šo uzņēmumu spēju izplatīt informāciju par savu zīmolu. Ņemot to vērā, ierobežojumiem, ja iespējams, ir jābūt minimāliem. Turpmāk ir sniegta informācija par alternatīvajām iespējām.⁸

1. Noteikumi par salīdzinošu reklāmu

Kā minēts iepriekš, daudzās valstīs ir noteikti stingri salīdzinošās reklāmas ierobežojumi. Kā alternatīva varētu būt koncentrēšanās uz nepatiesas un maldinošas reklāmas novēršanu. Daži apgalvotu, ka lielākajā daļā tirgu ieguvumu un izmaksu ziņā ir lietderīgi izmantot tikai noteikumus par maldinošu un nepatiesu reklāmu. Šo mērķi var īstenot tad, ja tiek izveidots mehānisms, ar kura palīdzību patērētāji var iesniegt savas sūdzības un kura rezultātā par krāpniecisku un maldinošu reklāmu tiek noteikti sodi. Piemēram, Taivānā salīdzinoši apgalvojumi ir jāapstiprina neatkarīgai organizācijai. ASV patērētāju sūdzības par krāpniecisku reklāmu izvērtē Federālās Tirdzniecības komisijas Patērētāju aizsardzības birojs. Šāds process nodrošinātu to, ka uzņēmumiem būtu iespēja izteikt salīdzinošus apgalvojumus, un vienlaicīgi tiktu nodrošinātas pārbaudes patērētāju aizsardzībai.

4. ierāmējums. **Reklāma un tirgdarbība**

1. Vairākās Āzijas valstīs ir spēkā (bija spēkā) noteikumi, ar kuriem tiek ierobežota reklāma vai kuros bija paredzēti konkrēti reklāmas nosacījumi.

- 1) Filipīnas – tieša salīdzinoša reklāma nav atļauta;
- 2) Taivāna – salīdzinoši apgalvojumi ir jāapstiprina neatkarīgai organizācijai;
- 3) Taizeme – salīdzinoša reklāma nav atļauta, un visi apgalvojumi ir jāpamato.

⁸ Noderīga diskusija par reklāmas nozīmi informācijas izplatīšanā un dažādiem krāpšanas aspektiem reklāmā, sk. avotu *Rubin* (2000).

2. Daudzās valstīs ir spēkā (bija spēkā) ievērojami reklāmas ierobežojumi. Piemēram:

- 1) auditorpakalpojumiem Francijā, Luksemburgā, Portugālē, Spānijā, Beļģijā un Vācijā;
- 2) arhitektiem Luksemburgā, Īrijā, Vācijā, Nīderlandē un Grieķijā;
- 3) inženieriem Luksemburgā;
- 4) juristiem Grieķijā, Portugālē un Īrijā;
- 5) notāriem Francijā, Spānijā, Grieķijā, Austrijā un Vācijā;
- 6) farmaceitiem Īrijā, Portugālē, Grieķijā, Austrijā, Francijā un Luksemburgā;
- 7) grāmatvežiem Francijā, Beļģijā, Vācijā, Luksemburgā un Portugālē.

Piemēriem veterināriem Itālijā ir noteikti reklāmas ierobežojumi, un tāpēc veterināra vārdu un kontaktinformāciju nedrīkst publicēt internetā, lai palielinātu uzņēmējdarbību. Māstrihtas Grāmatvedības un auditu izpētes centrs savā pētījumā ir secinājis, ka nav pierādījumu, kas liecinātu par to, ka reklāmas ierobežojumiem auditoriem ir tieša un pozitīva ietekme uz auditu kvalitāti. Pētījumā secināts, ka ir pārliecinoši pierādījumi par šo ierobežojumu negatīvo ietekmi uz konkurenci ES iekšienē. Pētījumā ir ieteikts atcelt valstu noteiktos ierobežojumus saistībā ar nevēlamu pakalpojumu piedāvāšanu un reklāmu.

ASV aizvien lielāks spiediens tiek izdarīts uz zāļu ražotājiem, lai tie samazinātu recepšu zāļu tiešo reklāmu televīzijā, žurnālos un citos plašsaziņas līdzekļos. ASV Senāta locekļi ir aicinājuši šos uzņēmumus pirms jaunu zāļu reklamēšanas nogaidīt divus gadus. Daži uzņēmumi, baidoties no tiesiskā regulējuma, ir sākuši jaunas zāles reklamēt vēlāk. Galvenais jautājums ir par to, vai zāļu reklāma palielina nepamatoto recepšu daudzumu un palielina veselības jomas izmaksas. Tiešā tirgdarbība ir atļauta ASV un Jaunzēlandē, bet ES un citās valstīs tā ir aizliegta.

Eiropas Parlamentā tiek izskatīti tiesību akti, ar kuriem tiktu ierobežota alus reklāma. Ja šādi tiesību akti stātos spēkā, tad alus darītavām tiktu aizliegts reklamēt arī alus labvēlīgo ietekmi uz veselību. Šādu ierobežojumu pamatā ir veselības apsvērumi, un spiedienu izdara tādas valstis kā Zviedrija, kur cenšas ierobežot alus reklāmu (un paredzēt augstākus nodokļus). Kaut arī pārmērīga alus lietošana visdrīzāk ir kaitīga veselībai un veselības aizsardzība ir pamatots iemesls, tomēr ir jānorāda, ka tiesību akti, ar kuriem ierobežo reklāmu, var ierobežot konkurenci, piemēram, ietekmējot patērētāju iespējas izvēlēties starp alu un sarkanvīnu (ņemot vērā to, ka tiek uzsvērta sarkanvīna labvēlīgā ietekme uz veselību).

2. Reklāmas ierobežojumi profesionāļu pakalpojumiem

Daudzās valstīs ārstiem un citu profesiju pārstāvjiem ir vai nu aizliegts reklamēt savus pakalpojumus, vai arī šādi reklāmai ir noteikti stingri ierobežojumi. Daudzos gadījumos šos ierobežojumus ir noteikušas attiecīgās profesionālās organizācijas, piemēram, juristu vai mediķu apvienības. Ja profesionālai apvienībai, organizācijai vai padomei tiek uzticēta kontrole pār profesionālo darbību, tad šīm organizācijām nedrīkst piešķirt tiesības ierobežot patiesu reklāmu, izņemot tad, ja ir pārliecinoši pierādījumi, ka reklāma var radīt tiešu kaitējumu patērētājiem. Patiesas reklāmas ierobežošana profesionāļu vidū visdrīzāk samazinās konkurenci un palielinās attiecīgo pakalpojumu cenas.⁹

⁹ Atzīstot šādu nelabvēlīgu ietekmi, ar Itālijas Konkurences uzraudzības aktu [*Competition Authority Act*] (2006. gada 4. augusts, Nr. 248, 2. pants), piemēram, ir atcelti reklāmas ierobežojumi profesionāļu pakalpojumiem. Profesionāļi tagad var reklamēt savu kvalifikāciju un specializāciju, kā arī pakalpojumus un to cenas.

3. Tiešā tirgdarbība

Tiešā tirgdarbība pēdējos gados ir būtiski palielinājusies, un valdības ievieš nozīmīgus ierobežojumus. Taču daži aizliegumi varētu būt nelabvēlīgi, jo tie var neproporcionāli ietekmēt mazākus uzņēmumus un pašnodarbinātās personas, kas reklāmas vajadzībām varētu izmantot šo zemo izmaksu tirgdarbības veidu. Paredzot mazākus ierobežojumus, indivīdi varētu izmantot izvairīšanās noteikumus. Varētu izveidot mehānismus, kuros konkrētus tālruņa un faksa numurus vai e-pasta adreses varētu pievienot sarakstam ar tālruņiem, uz kuriem nezvanīt, un e-pastiem, uz kuriem nerakstīt. Daļu no šīs funkcijas var pildīt interneta un serveru surogātpasta filtri, bet parasti izsekot ļaundariem ir visai sarežģīti (atšķirībā no saraksta ar tālruņa numuriem, uz kuriem nezvanīt), kas netieši nozīmē to, ka politika par e-pastiem, uz kuriem nerakstīt, nav efektīva. Šādi risinājumi dotu indivīdiem izvairīšanās iespēju, un vienlaicīgi uzņēmumi, jo īpaši mazie uzņēmumi, varētu likumīgi reklamēt savas preces un pakalpojumus.

Kopumā noteikumi par reklāmu un tirgdarbību ir jāsamazina, jo reklāma ir svarīgs informācijas izplatīšanas veids. Ja reklāma ir maldinoša, tad dažkārt tiek ieviesti noteikumi par to, ka ir jāpievieno papildu informācija. Dažos gadījumos salīdzinošas reklāmas ierobežojumi var būt pamatoti. Kā minēts iepriekš, salīdzinošai reklāmai var noteikt dažas pārbaudes, lai izskaustu maldinošas un nepatiesas reklāmas.

4.2.2. Noteikumi par saturu un standartu noteikšanu

Tirgū parasti ražo preces un piedāvā pakalpojumus, kas savā starpā ir atšķirīgi īpašību un kvalitātes ziņā. Patērētāji dod priekšroku daudzveidībai, un tas, ņemot vērā arī patērētāju atšķirīgo maksāspēju, netieši nozīmē to, ka preču ražotāji un pakalpojumu sniedzēji to parasti izmanto un piedāvā plašas izvēles iespējas gan īpašību, gan kvalitātes ziņā. Piemēram:

- Automobiļu tirgū ir plašas izvēles iespējas, piemēram, sākot ar lielākiem un augstākas kvalitātes luksusa automobiļiem, kas ir ļoti dārgi, līdz pat maziem, salīdzinoši zemākas kvalitātes automobiļiem par zemu cenu. Šajā tirgū ir klienti ar atšķirīgām kvalitātes prasībām, kā arī ar atšķirīgu ienākumu līmeni, kas nosaka viņu pirktspēju. Automobiļu tirgū daži patērētāji labprāt pirktu salīdzinoši zemākas kvalitātes automobiļus par zemāku cenu, bet citi dod priekšroku luksusa automobiļiem par augstāku cenu;
- Pasaulē strauji aug pudelēs pildīta ūdens nozare. Neierobežotā tirgū pudelēs pildīta ūdens kvalitāte (piemēram, novērtējot to atkarībā no minerālu satura) visdrīzāk dažādu tirgotāju (vai zīmolu) gadījumā būs ļoti atšķirīga. Pieņemot, ka labāka ūdens (satura ziņā) ražošanas izmaksas ir augstākas, arī tā cena būs augstāka. Tā kā pastāv izvēles iespējas, daži patērētāji labāk izvēlētos drošu, bet salīdzinoši lētāku pudelēs pildītu ūdeni, bet citi dotu priekšroku dārgākam augstas kvalitātes pudelēs pildītam ūdenim.

Tomēr daudzām precēm un pakalpojumiem piemēro noteikumus par saturu un kvalitātes standartiem, un tiem var būt vismaz divi atšķirīgi avoti:

- Valdība bieži nosaka standartus par preču saturu vai īpašībām, tostarp minimālās kvalitātes standartus. Šādus standartus var noteikt dažādās jomās, piemēram:

– pārtikas produktiem un dzērieniem, noteikumos paredzot gan satura, gan kvalitātes kontroli. Pārtikas un dzērienu satura un kvalitātes noteikumu paredzēšanas iemesls parasti ir saistīts ar drošību un uzturvērtību;

– televīzijas programmām, kuru noteikumi parasti ir saistīti ar nepieklājīgu saturu (piem., pornogrāfiju, aizskarošu valodu) vai nevēlamām precēm (piem., alkoholu, tabaku). Dažus programmu veidus var aizliegt vai atļaut to pārraidi tikai konkrētā diennakts laikā;

– dzīvojamo un komerciāliem mērķiem paredzēto ēku būvnormatīvi, kuru nolūks ir kvalitātes līmeņa paaugstināšana virs konkrēta līmeņa. To ieviešanas iemesli parasti ir saistīti ar drošības standartiem;

– vides piesārņojums ir kļuvis par svarīgu jautājumu visā pasaulē, un valdības pakāpeniski ievieš pamatnostādnes un standartus par dažāda veida vielām, kuras drīkst izmest atmosfērā vai ieludināt ūdenī;

– automobiļu drošība ir svarīgs jautājums, un valdības laika gaitā ir pieņēmušas stingrākus oficiālos standartus, kā arī ir aicinājušas uzņēmumus izmantot drošības mehānismus, kas tiek iebūvēti automobiļos. Tas sākās ar drošības jostām, tad bija deformācijas zonas, priekšējie gaisa spilveni un nesen arī pārdomāts un plašāks gaisa spilvenu kopums.

- Profesionālās organizācijas, piemēram, juristu, arhitektu, grāmatvežu vai medicīnas darbinieku organizācijas, par kritērijiem citu starpā izmantojot izglītības līmeni un profesionālo sertifikāciju, var noteikt minimālos kvalifikācijas un sertifikācijas standartus. Viens no organizāciju mērķiem šo noteikumu ieviešanā ir augstāka sniegto profesionālo pakalpojumu kvalitāte, un dažos gadījumos, piemēram, medicīnas jomā, tiem ir saistība arī ar prakses drošību un uzticamību.

Standartu un kvalitātes noteikšana bieži ir vajadzīga, un tas tiek darīts sabiedrības interesēs. Ir svarīgi ņemt vērā to, ka, lai gan daudzi no šiem mērķiem ir pamatoti, tomēr nepamatoti augstas prasības vai stingri normatīvie akti par saturu un minimālo kvalitāti var dažkārt nonākt pretrunā patērētāju vēlmēm, kas var būt dažādas. Noteikumi, kuros pieprasīts nepamatoti augsts kvalitātes līmenis, var nelabvēlīgi ietekmēt patērētājus, piemēram, patērētājus ar zemiem ienākumiem, kuri dod priekšroku zemākas cenas un tādējādi arī zemākas kvalitātes precēm. Ir skaidrs, ka pārtikai un dzērieniem ir jābūt drošiem lietošanai pārtikā, bet, nosakot nepamatoti augstas kvalitātes un satura prasības, var samazināties piedāvājuma daudzveidība un palielināties cenas. Mājokļu būvnormatīvi neapšaubāmi ir vajadzīgi drošības apsvērumu dēļ, bet, paredzot pārāk augstus standartus un ierobežojot apbūvei pieejamo zemi, var novest pie tā, ka ievērojami palielinās mājokļu cenas, un tas nozīmē to, ka daudziem cilvēkiem ar zemiem ienākumiem tiktu liegta pieeja tirgum. Nepiedienīgas valodas izmantošana plašsaziņas līdzekļos ir jākontrolē, bet, paredzot ierobežojumus televīzijas programmu saturā, jo īpaši tad, ja tie nav pārdomāti un ir plaši interpretējami, tas var kaitēt patērētāju labklājībai, jo var samazināties programmu daudzveidība. Drošāki automobiļi ir ļoti svarīgi, bet jaunākās paaudzes drošības ierīces palielina automobiļu cenu par vairākiem tūkstošiem eiro. Viens no iespējamiem trūkumiem “nepamatoti augstajiem” drošības standartiem, kuru dēļ cenas palielinās virs vēlamās robežas, ir tas, ka patērētāji ar zemiem ienākumiem nevēlas maksāt tik augstu cenu un viņi var izvēlēties ilgāk braukt ar vecākiem (un bīstamākiem) automobiļiem. Kaut arī drošība ir jāuzlabo, ir lietderīgi novērtēt jauno drošības prasību minimālos ieguvumus, salīdzinot tos ar robežizmaksām.¹⁰ Ir vajadzīgas prasības arī vides jomā, jo tam neapšaubāmi ir sabiedriska

¹⁰ Gājēju drošība Eiropā ir svarīgs jautājums, un gaidāmajās ES drošības prasībās visdrīzāk būs paredzētas dizaina izmaiņas, lai mazinātu ievainojumus gājējiem, ja notiek sadursme ar automobili. Šajos noteikumos ir paredzēti konkrēti mērķi attiecībā uz triecienu pa kājām, un tādēļ, iespējams, ražotājiem būs jāveic dizaina un drošības izmaiņas automobiļu priekšpusē. Kā norādīts avotā *Ogando* (2003), piegādātāji izstrādā dažāda veida

labums tīrāka gaisa un ūdens ziņā, bet ir noteikti jānovērtē, kāda ekonomiskā ietekme “nepamatoti augstajiem” standartiem būs uz patērētājiem un ražotājiem.¹¹ Visbeidzot, kaut arī tādu profesiju pārstāvjiem kā juristiem un ārstiem ir jābūt kvalificētiem un ir jānodrošina profesionālās darbības standarti, tomēr profesionālās organizācijas var noteikt pārāk augstas kvalitātes prasības. Kā to norāda aizvien vairāk pētnieku, viens no profesionālo organizāciju noteikto ierobežojumu mērķiem ir palielināt šķēršļus ienākšanai tirgū un samazināt konkurenci tirgū, lai palielinātu savus ienākumus.¹²

Kaut arī daudzi normatīvie akti, kas attiektos uz saturu un standartiem, ir vajadzīgi, svarīgi ņemt vērā to, ka šādā veidā uzņēmumiem rodas ievērojamas izmaksas, kā arī to, ka uzņēmumiem, kuri cenšas pārstrukturēt ražošanu un produktus, lai izpildītu jaunus standartus, rodas atšķirīgas izmaksas. Piemēram, lai izstrādātu jaunus produktus, uzņēmumiem, iespējams, ir jāveic lieli jauni ieguldījumi un tiem var rasties pētniecības un attīstības izmaksas. Un, kā minēts iepriekš, šīs izmaksas daudzējādā ziņā var būt zaudētās izmaksas, proti, šīs izmaksas visbiežāk nav atgūstamas, ja uzņēmums nolemj iziet no tirgus. Šo izmaksu dēļ var rasties konkurences problēmas, jo daži uzņēmumi var būt spiesti iziet no tirgus. Tādējādi var tikt izdarīta neapzināta, taču ievērojama ietekme uz jauno tirgu, kas izveidojas pēc attiecīgo noteikumu izmaiņām, jo tajā var būt mazāka konkurence un potenciāli arī augstākas cenas. Šo iemeslu dēļ būtu lietderīgi novērtēt vismaz to, kādi būs ieguvumi, pieņemot augstākos standartus, kā arī izmaksas, kas radīsies saistībā ar tiem.

Varam secināt, ka, ieviešot normatīvos aktus, kas attiecas uz standartiem, kvalitāti un saturu, ir svarīgi pārrunāt to, cik augsti standarti ir jānosaka, vai to, kādu saturu regulēt. Nepamatoti augsti standarti ir ļoti negatīva ietekme uz patērētāju labklājību. Ir rūpīgi jāapsver papildu izmaksas, kas rodas nepamatoti augsto standartu vai kvalitātes prasību dēļ, jo parasti augstākās izmaksas, kas radušās uzņēmumiem, nozīmē to, ka palielinās patēriņa cenas un samazinās pieejamo preču un pakalpojumu daudzveidība. Paredzot noteikumus par saturu, šie noteikumi ir jāpiemēro konkrētiem satura veidiem, kas tiek uzskatīti par kaitīgiem. Citādi var rasties tendence ierobežojumus piemērot plašāk, un tas var samazināt daudzveidību un kaitēt konkurencei. Īsāk sakot, lai noteiktu tīro ietekmi uz labklājību, ir jāatrod līdzsvars starp likumīgajiem sabiedriskajiem mērķiem, kas ir pamatā augstākiem standartiem un stingrākiem noteikumiem par saturu, un to radītajām izmaksām, tostarp daudzveidības un konkurences samazinājumu.

4.2.3. *Izņēmuma noteikumi (grandfather clauses)*

Izņēmuma noteikumi ir saistīti ar gadījumiem, kad tirgū esošajiem uzņēmumiem (pašreizējiem tirgus dalībniekiem) tiek atļauts turpināt darbību saskaņā ar vecākiem

sistēmas gājēju drošības palielināšanai: dažas paceltu motora pārsegu sadursmes gadījumā, bet citi piegādātāji ir paredzējuši automobiļu ārpusē izmantot gaisa spilvenus. Gaidāmajiem ES noteikumiem var būt ļoti negatīva ietekme uz visu automobiļu ražotāju izmaksām, jo tiem rodas papildu izmaksas, ir jāveic pētniecība, attīstība un dizaina izmaiņas. Gaidāms, ka tāpēc ievērojami palielināsies automobiļu cenas.

¹¹ Ieviešot daudz stingrākas prasības vides jomā, pasaules celulozes un papīra ražošanas nozarē bija jāveic būtiskas izmaiņas, tostarp jāveic lieli ieguldījumi jaunās tehnoloģijās, lai pārstrukturētu ražošanas procesu un produktus. Kā norādīts avotā *Panchapakesan* (2003), izmaksas attiecībā uz dažām papīra šķirām palielinājās līdz pat 30 ASV dolāriem uz vienu tonnu pastāvīgo un ražošanas izmaksu izteiksmē. Izmaksu palielināšanās dēļ daudzas papīrfabrikas ASV tika slēgtas un cilvēki zaudēja darbu, jo ASV celulozes un papīra ražotāji nolēma būvēt fabrikas aizjūras valstīs, lai izvairītos no dažu noteikumu piemērošanas.

¹² Avotā *Kleiner* un *Kurdle* (2000) ir sniegta interesanta informācija. Pētījumā, piemēram, ir secināts, ka stingrāki licencēšanas ierobežojumi zobārstiem neuzlabo mutes dobuma veselību, piemēram, nesamazinās cauro zobu skaits, bet šādā veidā palielinās zobārstu ienākumi.

noteikumiem, bet jaunajiem uzņēmumiem tiek piemēroti no jauna pieņemtie normatīvie akti. Aplūkosim divus piemērus:

- Celulozes un papīra ražošanas nozarē pēdējo desmitgažu laikā ir būtiski pieaugušas prasības saistībā ar vidi. Vienkāršs uzņēmuma noteikums būtu tāds, ka esošajām fabrikām tiktu paredzēts konkrēts termiņš, līdz kuram tām ir jāatbilst jaunajiem piesārņojuma standartiem, bet no jauna izveidotai fabrikai būtu jāievēro jaunie noteikumi. Līdzīgus piemērus var minēt par elektroenerģijas ražošanas un ķīmijas nozari.
- Apgabalos, kuros bieži notiek zemestrīces, jaunu ēku būvniecībā ir jāievēro daudz augstāki standarti saistībā ar ēku izturību. Tāpat, piemēram, jaunās augstceltnēs varētu būt jāuzstāda ugunsdzēsības smidzināšanas sistēma. Attiecībā uz vecākām ēkām parasti šie noteikumi nav jāievēro.

Šādu uzņēmuma noteikumu galvenais iemesls ir tas, ka jaunie normatīvie akti rada nepamatotas izmaksas pašreizējiem tirgus dalībniekiem, kuri ir investējuši ražošanā un uzsākuši darbību saskaņā ar vecākiem noteikumiem. Tā kā būtiskas izmaiņas struktūrā vai saistībā ar iekārtām var būt ļoti dārgas, tad tiem tiek piemērots uzņēmums vai arī iepriekš tiek paredzēts termiņš, līdz kuram ir jānodrošina atbilstība. Piemēram, piespiežot nodrošināt vecāku ēku atbilstību jaunajiem zemestrīču izturības standartiem vai uzstādīt tajās ugunsdzēsības smidzināšanas sistēmu, lielākajā daļā gadījumu tiktu radītas ļoti lielas izmaksas, un tieši tāpēc šādos gadījumos netiek pieprasīta atbilstība jaunākajiem noteikumiem. Savukārt lielākā daļa celulozes un papīra ražotāju laika gaitā ir bijuši spiesti ievērot stingrākus piesārņojuma kontroles standartus. Uzņēmuma noteikumi var būt ļoti dažādi un sarežģīti. Tas, kurai ražotnei šādi noteikumi tiek piemēroti, un laiks, kad tie stājas spēkā, var būt ļoti atšķirīgs un atkarīgs no konkrētās nozares, ražošanas tehnoloģijām un izmaksām, kas ir vajadzīgas, lai nodrošinātu atbilstību jaunajām prasībām.

5. ierāmējums. **Izņēmuma noteikumi** (*grandfather clauses*)

1. Būtiski, lai elektroģeneratoriem, kuri ir pieteikti Eiropas siltumnīcefekta gāzu emisiju tirdzniecības sistēmā, tiktu piešķirtas sākotnējo siltumnīcefekta gāzu emisiju atļaujas. Izņēmumu noteikumu piemērošana ir svarīgs aspekts, ja lēmums par atļaujas piešķiršanu tiek pieņemts, pamatojoties uz vienu vai vairākiem agrākiem atskaites gadiem. Kaut arī jaunās elektrostacijas būs tīrākas, siltumnīcefekta gāzu emisiju ierobežojumu ieviešana visā ES elektroenerģijas ražošanas nozarē var radīt būtiskas papildu izmaksas elektroenerģijas ražošanā, palielināt elektroenerģijas cenas, paātrināt pāreju uz dabasgāzi, un tam var būt dramatisks ietekme uz pašreizējo elektrostaciju komerciālo dzīvotspēju.

2. Nesenā pētījumā *Stavins* (2005) ir pētīts, vai normatīva akta veids ietekmē laiku, kad tiek izdarīti ieguldījumi. Pētījums tika veikts par vairākām nozarēm par laika posmu no 1963. gada līdz 1992. gadam, un tika secināts, ka ar ASV Tīra gaisa aktu [*Clean Air Act*] saistītā pārskata par jauniem avotiem dēļ būtiski samazinājusies jaunu staciju izveide, turpinoties veco staciju izmantošanai. Saistībā ar organisko ķīmisko vielu rūpniecību avotā *Becker* un *Henderson* (2000) ir secinājums, ka izņēmuma noteikumu piemērošana rūpnīcām veicināja vides degradāciju, palielinot saglabāto rūpnīcu skaitu, samazinot rūpnīcu mainību un saglabājot tādu rūpnīcu darbību, kas citkārt nebūtu rentablas. Tāpēc arī gaisa kvalitātes uzlabošanās notika ilgāk, jo ilgāk darbojās vecākas rūpnīcas, kuras radīja lielāku piesārņojumu. Pētījumā secināts, ka būtu vēlams pieņemt vienotāku politiku attiecībā uz vecumu, lai jau daudz agrāk regulatīvajā procesā veicinātu modernizēšanu un citas pret piesārņošanu vērstas darbības

uzņēmumos, kuru darbības dēļ izdalās gaistoši organiski savienojumi un slāpekļa oksīdi. Kopumā jāuzsver, ka šajos pētījumos ir norādīts, ka izņēmuma noteikumu dēļ jaunajiem uzņēmumiem rodas šķēršļi ienākšanai tirgū, samazinās ieguldījumi un tiek veicināta neefektivitāte.

3. Pašreizējā laika nišu piešķiršanas sistēma, ar kuru tiek kontrolētas nosēšanās tiesības lielākajā daļā Eiropas lidostu, paredz to, ka pārvadātājam konkrētā diennakts laikā ir vajadzīga nosēšanās laika niša, lai attiecīgajā laikā varētu veikt lidojumu. Laika nišas tiek piešķirtas, izmantojot izņēmuma tiesības, proti, pārvadātājiem, kuri attiecīgās laika nišas izmantoja iepriekšējā gadā, ir tiesības šīs nišas izmantot arī šajā gadā. Ja šīs tiesības netiek izmantotas, tad tās tiek zaudētas. Šāda piešķiršanas sistēma netieši nozīmē to, ka neefektīvām, dārgām aviosabiedrībām ir pieejama lidosta, kaut arī zemo cenu pārvadātājs vai efektīvs bijušais nacionālais pārvadātājs šo laika nišu varētu izmantot daudz ienesīgāk. Piemēram, Eiropas Komisija savā lēmumā 2000. gadā norādīja, ka *British Airways* stabilo stāvokli Apvienotās Karalistes gaisa transporta tirgos pastiprina aviosabiedrībai piederošo laika nišu ievērojamais daudzums attiecīgajās lidostās un izņēmuma noteikumu sistēma, kas šobrīd tiek izmantota to piešķiršanā (sīkāku informāciju sk. avotā *Brueckner (2004)*). Nosēšanās laika nišu un vārtu kontrole ir bijusi arī nozīmīga problēma ASV Federālajai Aviācijas administrācijai [*U.S. Federal Aviation Administration*].

4. Eiropas Krūškurvja un sirds-asinsvadu ķirurgu padome tika dibināta 1996. gadā, lai noteiktu vienotus standartus krūškurvja un sirds-asinsvadu ķirurģijā un iegūtu Eiropas Savienības atzinumu. Saskaņā ar Noteikumu 19. pantu ķirurgi, kuru prakse ir izveidota vismaz piecus gadus pirms šīs padomes izveides un kuri ir neatkarīgi pienākumu pildīšanā un atbilst citiem kritērijiem, var tikt atzīti bez pārbaudījumiem. Saskaņā ar izņēmuma noteikumu ķirurgi varēja pieteikties par biedru līdz 2001. gada septembrim.

5. 1975. gadā ASV Vērtspapīru un biržas komisija (VBK) izveidoja jaunu regulatīvu kategoriju – valsts atzītu statistisko reitingu organizāciju (VASRO). Viens no tā iemesliem bija vēlme nodrošināt to, ka mazāk kompetenti uzņēmumi nevar sākt uzņēmējdarbību, lai saņemtu maksājumus no obligāciju emitētājiem tāpēc, ka tiem ir labs reitings. Saskaņā ar šo VBK klasifikāciju izņēmuma noteikumi tika piemēroti galvenajām reitingu aģentūrām – *Moody's*, *Standard & Poor's* un *Fitch*. Kopš 1992. gada aģentūra nav apstiprinājusi jaunas organizācijas, un visi jaunpienācēji ir konsolidējušies ar *Fitch*, kas nozīmē to, ka šobrīd darbojas tikai trīs uzņēmumi, kuriem ir piemēroti izņēmuma noteikumi. Kaut arī ir vairākas reitingu aģentūras, kuras darbojas mazākās tirgus nišās, taču, tā kā nav saņemts VASRO apstiprinājums, tiek kavēta to paplašināšanās, kā arī ienākšana tirgū (sk. avotu *White (2001)*).

Kaut arī apsvērumi par izmaksām, kuru dēļ uzreiz netiek nodrošināta vecāku ražotņu atbilstība jaunajām prasībām, ir ekonomiski pamatoti, tomēr ir svarīgi ņemt vērā to, ka izņēmuma noteikumi, ar kuriem vecākām ražotnēm tiek piemēroti asimetriski standarti salīdzinājumā ar jaunākām ražotnēm, var būt par iemeslu tam, ka jaunajiem tirgus dalībniekiem rodas ievērojami lielākas izmaksas, kā arī tam, ka pašreizējiem tirgus dalībniekiem ir jāizdara jauni ieguldījumi. Atkarībā no tā, cik liels ir radītais slogs, un no tā, cik lielas ir izmaksu atšķirības, izņēmuma noteikumi var:

- atturēt kādu no ienākšanas tirgū;
- samazināt jaunus ieguldījumus, ko veic pašreizējie tirgus dalībnieki;

-
- būt par iemeslu tam, ka vecākas, neefektīvas rūpnīcas turpina darboties neefektīvi;
 - sekmēt cenu pieaugumu.

5. ierāmējumā ir minēti daži piemēri par izņēmuma noteikumiem dažādos tirgos un diskutēts par to.

Ja, piemēram, tiek pieņemti jauni stingrāki standarti vides jomā, tad nevar izvairīties no tā, ka savā ziņā tiks piemēroti izņēmuma noteikumi. Ir skaidrs, ka, jo plašāki ir izņēmuma noteikumi (piemēram, ja pašreizējiem tirgus dalībniekiem ilgu laiku nav jāievēro standarti), jo lielāka var būt atšķirība starp pašreizējiem un jaunajiem tirgus dalībniekiem, kā arī iespējamais kaitējums tirgum. Turklāt ir ļoti svarīgi ņemt vērā to, ka izņēmuma noteikumu dēļ var samazināties pašreizējo tirgus dalībnieku kapitālieguldījumi un tas var ietekmēt attiecīgo tirgu izaugsmi un efektivitāti ilgtermiņā. Tāpēc galvenā problēma ir izņēmuma noteikumu struktūra. Lai varētu diskutēt par dažām alternatīvām, aplūkosim hipotētisku attīstības modeli.

Izvērtēšanai tiek piedāvāts normatīvais akts: jaunu standartu kopums par emisijām vidē un izņēmuma noteikumu piemērošana visiem pašreizējiem tirgus dalībniekiem uz desmit gadiem. Šādā gadījumā jaunie emisiju standarti ir jāņem vērā tad, kad tiek novērtēta ietekme uz konkurenci.

Iespējamās alternatīvas:

1. Attiecīgajā gadījumā izņēmuma noteikumu piemērošana nav jāapsver. Piemēram, dažās valstīs nosēšanās tiesības lidostā ietver tiešus vai netiešus izņēmuma noteikumus, un var izvērtēt iespēju nepiemērot izņēmuma noteikumus. Bet, ja ir runa par jauniem standartiem vides jomā un ir vajadzīgi jauni kapitālieguldījumi vai izmaiņas produktos vai procesos, tad izņēmuma noteikumu nepiemērošana nav saprātīga izvēle.

2. Pastāv iespēja piemērot izņēmuma noteikumus visiem pašreizējiem tirgus dalībniekiem, bet samazināt to spēkā esamības laiku. Šis lēmums daudzējādā ziņā ir atkarīgs no izmaksu apmēra, kas uzņēmumiem rodas, piemērojot attiecīgo normatīvo aktu. Radušās izmaksas nedrīkst aplūkot absolūtos skaitļos, bet salīdzinājumā, piemēram, ar attiecīgā uzņēmuma pārdošanas ieņēmumiem. Jo lielākas ir salīdzinošās izmaksas, jo ilgāks varētu būt optimālais laiks, uz kuru ir jāpiemēro izņēmuma noteikumi.

3. Izņēmuma noteikumus var piemērot atkarībā no tā, cik vecs ir uzņēmuma kapitāls. Pieņemsim, ka pašreizējos tirgus dalībniekus var iedalīt tajos, kas kapitāla daļas iegādājās sen, un tajos, kas tās iegādājās nesen. Kaut arī ir citi veidi, kā izvērtēt šo situāciju, mēs aplūkosim vienu attīstības modeli. Attiecībā uz kapitāla daļām, kas ir “vecākas”, nolietojuma dēļ iekārtu pašreizējā vērtība (un efektivitāte) var būt samērā zema. Tiem uzņēmumiem, kuru kapitāla daļas ir “jaunākas”, iekārtu vērtība un efektivitāte ir lielāka. Tas netieši nozīmē to, ka izmaiņu veikšana tiem uzņēmumiem, kuri kapitāla daļas iegādājušies salīdzinoši nesen, tas var būt pietiekami dārgs process. Tie uzņēmumi, kuru kapitāls ir daudz “vecāks”, varētu būt sasnieguši brīdi, kad ir jāveic iekārtu nomaiņa, un tāpēc normatīvais akts, ar kuru tiek uzspiestas pārmaiņas, nerada nepamatotas izmaksas. Robeža starp “vecāku” un “jaunāku” kapitālu būs atkarīga no attiecīgā kapitāla veida tehnoloģiskajiem faktiem.¹³ Piemēram, konkrētas ierīces darba mūžs ir daži gadi, bet iekārtas, kuras iegādājas celulozes un papīra

¹³ Ja uzņēmumiem pieder dažāda “vecuma” kapitāls (kas ir ierasta situācija), robežas noteikšanai izmanto vidējo “vecumu” un vērtību atšķirību no vidējās vērtības.

fabrikām, parasti kalpo vairākas desmitgades. Ņemot vērā iepriekš minēto attīstības modeli, “vecuma” ietekmi var sasaitīt ar izņēmuma noteikumu spēkā esamības laiku šādā veidā:

- īsāks izņēmuma noteikumu spēkā esamības termiņš uzņēmumiem ar “vecāku” kapitālu;
- nedaudz ilgāks izņēmuma noteikumu spēkā esamības termiņš uzņēmumiem ar salīdzinoši “jaunāku” kapitālu.

Apsvērumi par maziem un lieliem uzņēmumiem. Šādā gadījumā svarīgs apsvērums var būt saistīts ar izešanu no tirgus vai ierobežošanas iespēja. Kaut arī argumenti var būt gan par labu lieliem, gan maziem uzņēmumiem, tomēr, saskaroties ar noteikumiem, kas rada lielas izmaksas, pastāv lielāka iespējamība, ka mazākie uzņēmumi nevar ievērot standartus. Kaut arī nav iespējams pilnībā izvairīties no izešanas no tirgus, būtu lietderīgi aplūkot attīstības modeļus saistībā ar gadījumu, kad notiek liela apjoma izešana no tirgus. Tāpat kā iepriekš minētajā jautājumā par kapitāla “vecumu”, var būt lietderīgi aplūkot tādas izņēmuma noteikumu attīstības modeļus, kad to piemērošanas ilgums ir atkarīgs no uzņēmuma lieluma, kapitāla “vecuma” un uzņēmuma ražošanas tehnoloģijām.

Iepriekš izklāstītajā diskusijā ir uzsvērts tas, ka izņēmuma noteikumu dēļ daudzās nozarēs var rasties ļoti sarežģītas problēmas un tiem varbūt ļoti negatīva blakusietekme. Vispārīgi runājot, kā alternatīvu dažādiem piedāvātiem izņēmuma noteikumiem var izmantot dažādu šo noteikumu piemērošanas termiņu, kā arī var paredzēt, ka šis termiņš ir atkarīgs no konkrētiem nosacījumiem, piemēram, tehnoloģijām, kapitāla “vecuma” un uzņēmuma lieluma.

4.2.4. Cenu ietekmējoši noteikumi

Daudzās valstīs normatīvie akti ir ietekmējuši preču un pakalpojumu cenas tādos tirgos kā elektroenerģijas, kabeļtelevīzijas, veselības aprūpes, telesakaru, aviosabiedrību, taksometru pakalpojumu un mājokļa īres tirgus, kā arī daudzos citos tirgos. Dabisko monopolu gadījumā tirgus neregulēšanas rezultāts būtu nevēlami augstas cenas. Vēsturiski nozarēs, kas atradās šajā kategorijā, piemēram, elektroenerģijas, telesakaru, dabasgāzes, pasta pakalpojumu u. c. nozarēs, valdības dažādi ir regulējušas cenas, lai pasargātu patērētājus no nepamatoti augstām cenām.

Kaut arī valdības var regulēt cenas, lai aizsargātu patērētājus, viens no trūkumiem ir tas, ka uzņēmumi, kuriem tiek noteiktas cenas, kas ir zemākas nekā cenas, kādas tie vēlētos iekasēt, var samazināt piedāvātā pakalpojuma kvalitāti. Tāpat var samazināties arī preču un pakalpojumu daudzveidība, jo pašreizējiem tirgus dalībniekiem kontrolētas cenas apstākļos ir mazāks stimulējošs piedāvāt papildu preču un pakalpojumu veidus. Vairākās valstīs tādos tirgos kā aviosabiedrību un telesakaru pakalpojumi ir notikušas ievērojamas kvalitātes un daudzveidības izmaiņas, tiklīdz tika samazināta cenu regulēšana. Turklāt ienākšana tirgū var būt sarežģītāka tajos tirgos, kuros notiek cenu regulēšana, jo ir mazāks stimulējošs gūt peļņu. Vispārīgi runājot, avotos ir norādīts – lai gan valdībām var būt likumīgi sociālie un ekonomiskie mērķi cenu kontrolēšanai atsevišķos tirgos, šādai kontrolei var būt nelabvēlīga ietekme ilgtermiņā, piemēram, ražošanas efektivitātes samazināšanās, lēnāka jauno tehnoloģiju ieviešana un preču un pakalpojumu kvalitātes un daudzveidības samazināšanās.¹⁴

¹⁴ Avotā *Viscusi, Harrington un Vernon (2005, 16. nod.)* sniegta sīka informācija par cenu regulācijas iemesliem nozarēs, kurās pastāv konkurence, kā arī par šādas regulācijas gaidītajām un negaidītajām sekām, tostarp problēmām, kas saistītas ar ražošanas efektivitāti un konkurenci, kas nav cenu konkurence. Lai iegūtu ļoti labu un salīdzinoši vispārēju pārskatu par šiem avotiem, sk. arī avotu *Netz (2000)*.

Tas netieši nozīmē to, ka tirgos, kur var pastāvēt konkurence starp uzņēmumiem, normatīvie akti par cenu regulēšanu ir jāuztver ļoti skeptiski un, ja iespējams, no tiem ir jāizvairās.

Ja politikas veidotāji pieņem lēmumu iejaukties tirgū, tad ir pamats pievērst uzmanību tādām iespējām, kas ir “asimetriski paternālistiskas”, un tā vietā, lai, piemēram, ieviestu cenu regulāciju, veicināt konkurenci¹⁵. Šīs iespējas var radīt būtisku ieguvumu attiecībā uz tiem patērētājiem, kuri “kļūdās”, bet var radīt nelielas izmaksas tiem, kuri nekļūdās, un tādējādi viņu ieguvumi visdrīzāk būs lielāki par izmaksām. Pastāv šādas iespējas:

- piedāvāt salīdzināmas informācijas avotus (piem., tīmekļa vietnes, kurās ir salīdzinātas vidējās izmaksas, kādas rodas mobilo telefonu lietotājiem, kas izmanto dažādus pakalpojumus, marķēšanas prasības pārtikas produktiem, prasības par to, ka veikalos uz precēm jābūt norādītai cenai, prasības par to, ka aprēķinos un rēķinos jābūt dažādām pozīcijām¹⁶);
- standarti par informācijas sniegšanu patērētājiem (piemēram, vispārējs noteikums par gada procentu likmes aprēķināšanu), lai veicinātu finansēšanas piedāvājumu salīdzināmību;
- nogaidīšanas periods (viena nedēļa, lai apsvērtu ar māsasaimniecību pašu kapitālu nodrošinātos aizdevuma noteikumus, automobiļa iegādes noteikumus, atteikšanos no patērētāja tiesībām vai tiešās pārdošanas piedāvājumu), lai iegūtu vairāk informācijas un apsvērtu citas iespējas, un
- prasības par informācijas atklāšanu (piem., prasība hipotekāro aizdevumu devējiem sniegt informāciju par gada procentu likmi un mēneša maksājumiem, kā arī izmantot vienkāršus paskaidrojumus, piemēram: “Ja piekritīsiet šim aizdevumam, aizdevējs saņems hipotēku uz jūsu māju. Ja nepildīsiet savas saistības, varat zaudēt savu māju un līdzekļus, ko esat tajā ieguldījis.”)

Aplūkosim pirmo iespēju. Patērētājiem pieejamās informācijas uzlabošana nav vienkārša. 6. ierāmējumā ir sniegti vairāki piemēri par informācijas problēmām. Patērētāji var ciest no tā, ka ir pārāk daudz informācijas. Sarežģīti līgumi, kas ir uzrakstīti speciālistiem saprotamā juridiskā valodā, var palīdzēt samazināt izmaksas saistībā ar strīdu atrisināšanu, bet šādos līgumos izmantotā valoda, kā arī tajos pieejamā informācija parastam patērētājam var nepalīdzēt lēmuma pieņemšanas procesā. Ir lietderīgāk sniegt tikai to informāciju, kas ir svarīga patērētājam lēmuma pieņemšanai. Dažkārt, sniedzot attiecīgo informāciju, kas var palīdzēt patērētājam vienoties par labākiem nosacījumiem, var mainīt patērētāja viedokli par citu piedāvājumu pievilcību.¹⁷

Ir sarežģīti nodrošināt to, ka attiecīgajā brīdī patērētājiem ir pieejama vajadzīgā informācija, bet, uzlabojot informācijas pieejamību patērētājiem, var būtiski uzlabot patērētāju labklājību un, iespējams, būtiski samazināt patērētāju izdevumus (kā tas ir hipotekāro aizdevumu gadījumā). Izmantojot patērētāju izlases grupu, ir pārbaudīts, ka patērētāju ieguvumi no citu informācijas iegūšanas mehānismu izmantošanas nereti var būt daudz lielāki nekā šādu pārbažu izmaksas.¹⁸

¹⁵ “Normatīvais akts ir asimetriski paternālistisks, ja tiek radīti lieli ieguvumi tiem, kuri kļūdās, bet tiem, kuri rīkojas racionāli, tiek radīti mazi zaudējumi vai nerodas nekādi zaudējumi” (avots *Camerer et al*, 2003).

¹⁶ Prasībai sniegt plašu un sarežģītu informāciju var būt minimāla ietekme, jo patērētāji var ciest no tā, ka tiek sniegts pārāk liels informācijas daudzums.

¹⁷ Sk. avotu *Lacko un Pappalardo* (2007).

¹⁸ Sk. avotu *Lacko un Pappalardo* (2007), kurā ir pierādīts, ka, uzlabojot informācijas sniegšanu patērētājiem

6. ierāmējums. Informācijas problēmas

Šeit izklāstīti piemēri par situācijām, kad politikas veidotāji varētu apsvērt cenu regulēšanu kā iespēju, lai labotu ar informāciju saistītas kļūdas tirgos. Iespējas, kā uzlabot informāciju, ir norādītas kā alternatīvas.

1. Aizdevumi

Lielākajā daļā aizdevuma līgumu ir vairākas lappuses ar tekstu, kas uzrakstīts sīkākiem burtiem, un daudzi no līguma punktiem privātpersonām un maziem uzņēmumiem, iespējams, nav saprotami. Privātpersonas, piemēram, parasti galveno vērību pievērš procentu likmei, ignorējot vai daudz mazāku uzmanību veltot sīkākiem burtiem uzrakstītajam tekstam, kurā sniegta informācija par:

- 1) komisijas maksu,
- 2) dažādām pakalpojumu maksām un
- 3) soda naudu par vienu vai vairākiem nokavētiem maksājumiem.

Šī informācija ir ļoti svarīga, lai aprēķinātu, kādas būs kopējās klienta izmaksas par aizdevumu. Patērētājiem un maziem uzņēmumiem var rasties negaidītas ekonomiskas grūtības ekonomisko apstākļu mainības dēļ, un tāpēc var aizkavēties aizdevuma maksājumi vai pat iestāties bankrots. Ja pirms aizdevuma saņemšanas netika izlasīts teksts, kas uzrakstīts sīkākiem burtiem, tad šīs personas var pārsteigt soda naudas lielums.

Vidējos un lielos uzņēmumos var iedalīt citā grupā, jo to darbības apmēri parasti netieši nozīmē to, ka šajos uzņēmumos strādā juristi, kuri ir pietiekami zinoši, ir pieraduši izlasīt visu tekstu, un tāpēc tiem ir labāks priekšstats par gaidāmajām kopējām aizdevuma izmaksām un tiek pieņemts pareizais lēmums.

Lai saprastu, kas ir pateikts aizdevuma līguma tekstā, kas uzrakstīts sīkākiem burtiem, klientiem ir jābūt labi informētiem un izglītotiem, lai pieņemtu pareizo lēmumu. Kā novērots daudzās valstīs, tas, ka finanšu pakalpojumu tirgū ir salīdzinoši liela konkurence, nebūt nenozīmē to, ka it īpaši privātpersonām un maziem uzņēmumiem nerodas iepriekš minētās problēmas saistībā ar tekstu, kas uzrakstīts sīkākiem burtiem, un informācijas problēmām, kas var negatīvi ietekmēt galīgo lēmumu.

Aizdevumu tirgū valdības iejaukšanās mērķis ir atklāt faktiskās aizdevuma izmaksas, lai veicinātu to, ka patērētājiem tiek piedāvāti labāki darījumi finanšu tirgū. Viens no risinājumiem varētu būt cenas atklātuma nodrošināšana saistībā ar galvenajiem cenas noteikumiem, ko īsteno, pieprasot visiem aizdevuma ņēmējiem uz vienas lappuses izsniegt "kopsavilkumu par aizdevuma līguma faktiem" un sniedzot informāciju par:

- 1) procentu likmi standartizētā veidā, piemēram, izsakot to kā gada procentu likmi,
- 2) komisijas maksu,
- 3) visām maksām un uzrēķiniem,
- 4) soda naudu bankrota gadījumā,
- 5) soda naudu nokavēta maksājuma gadījumā un

saistībā ar hipotekārajiem aizdevumiem, var palielināt apjukumu, un tāpēc patērētāji biežāk izvēlas dārgākus aizdevumus, pat ja tie meklē labāko cenu.

6) citām izmaksām, kas var rasties aizdevuma ņēmējam.

Šādu prasību dēļ katrs aizdevuma ņēmējs ne tikai būs informēts par attiecīgo aizdevuma līgumu, bet arī tiks radīta iespēja vieglāk salīdzināt vairāku aizdevēju piedāvājumu un izvēlēties labāko no tiem.

2. Darījumi ar valūtu

Pieņemsim, ka tūrists vēlas apmainīt naudu vienā valūtā pret citu valūtu. Noteiktais valūtas kurss, iespējams, ir vissvarīgākais faktors. Tomēr šis kurss var būt ļoti atšķirīgs starp dažādiem pakalpojuma sniedzējiem – tas var būt ļoti tuvs oficiālajam valūtas kursam vai arī ar ievērojamu uzcenojumu. Turklāt lielākā daļa pakalpojuma sniedzēju iekasē pakalpojuma maksu jeb komisijas maksu, kas var būt ļoti tuva 0 % un līdz pat 10 %. Kopējā cena, ko klients samaksā par šo pakalpojumu (valūtas maiņu), ir atkarīga no noteiktā valūtas kursa un pakalpojuma maksas, un tāpēc tās aprēķināšana var kļūt sarežģīta, ja nav zināma visa informācija. Dažos gadījumos “pēc” darījuma izpildes klients saņem darījuma izdruku, kurā ir norādītas visas pakalpojuma un komisijas maksas. Galu galā klients ir noslēdzis daudz sliktāku darījumu, nekā sākumā tika gaidīts, ņemot vērā noteikto valūtas kursu. Šāda darījuma veikšanai klientam ir vajadzīga attiecīgā informācija, lai varētu salīdzināt piedāvāto valūtas kursu, kā arī pakalpojuma un komisijas maksas starp dažādiem pakalpojuma sniedzējiem. Šādā informācijas vākšanas procesā patērētājam visdrīzāk radīsies zināmas darījumu izmaksas. Šādā situācijā varētu palīdzēt tas, ka tiek ieviesta prasība norādīt pilnu cenu pirms darījuma, aprēķinot faktisko valūtas kursu (ieskaitot maksas). Banku aizdevumi un citi finanšu darījumi ir līdzīgi tajā ziņā, ka klientam ir sarežģīti uzzināt kopējo maksājamo cenu.

3. Apbedīšanas pakalpojumi

Organizējot bēres, ģimenes locekļi var uzskatīt, ka nav pieņemts jautāt par cenām. Tomēr viņi var pieņemt lēmumus, kam ir ļoti liela ietekme uz izmaksām. Ja, pieņemot lēmumus, netiek ņemta vērā cena, tad ģimene var būt ļoti pārsteigta par saņemto rēķinu procesa beigās un tai var rasties grūtības ar tā samaksāšanu. Tāpēc dažkārt valdība ir pieņēmusi noteikumus par to, ka apbedīšanas birojiem ir jāsapagatavo saraksts ar izmaksām pirms bērēm.¹⁹ Šādi noteikumi veicina cenas atklātumu un dod iespēju salīdzināt dažādas iespējas, palīdzot klientiem pieņemt labāku lēmumu.

4. Automobiļu apdrošināšana

Apdrošināšanas pakalpojumus sniedz ļoti daudzi uzņēmumi, piedāvājot dažādus apdrošināšanas plānus. Katrā plānā ir sniegta informācija un iespējas saistībā ar summu personai, kas iegādājas apdrošināšanu par kaitējumu automobilim un īpašumam vai medicīnisko apdrošināšanu. Saistībā ar automobiļu apdrošināšanu ir svarīga arī kvalitāte. Piemēram, ja apdrošinātā persona cieš nelaiemes gadījumā, pircēja interesēs būtu uzzināt, cik viegli un ātri tiek izmaksāta apdrošināšana, kā arī iespējas, kur apdrošinātā persona var remontēt savu automobili vai vērsties pēc medicīniskās palīdzības. Šis kvalitātes faktors ir salīdzinoši neskaidrs, ja apdrošinātajai personai trūkst praktiskas pieredzes ar attiecīgo uzņēmumu vai ja tai nav informācijas no citiem klientiem un, piemēram, patērētāju aizsardzības organizācijas. Šajā tirgū var būt gadījumi, kad automobiļu apdrošinātājs par tādu

¹⁹ Sk., piemēram, ASV Federālās Tirdzniecības komisijas Apbedīšanas noteikumus [*U.S. Federal Trade Commission's Funeral Rule*] (16 C.F.R. § 453.). Kaut arī šādi noteikumi par cenas atklātumu var šķist nevajadzīgi, jo tirgū šādai informācijai jau ir jābūt, šādi noteikumi faktiski tika pieņemti, jo daudzi (ja ne lielākā daļa) apbedīšanas biroji nesniedza atklātu informāciju par cenu.

pašu apdrošināšanas plānu piedāvā zemāku (augstāku) cenu, bet iepriekš minētā kvalitāte var būt daudz sliktāka (labāka), kas būtiski maina apdrošināšanas iegādes faktiskās izmaksas. Klients, kas izdara izvēli, pamatojoties tikai uz cenu, var būt pārsteigts, uzzinot, ka atlīdzības saņemšanai no apdrošinātāja ir vajadzīgi vairāki mēneši un šādam darījumam ir ievērojamas izmaksas. Tādējādi, pieprasot apdrošinātājiem atklāt kompensācijas pieprasījumu atteikumu vidējo skaitu, laiku, kas ir vajadzīgs remontam, un laiku, kas parasti ir vajadzīgs pieprasījuma izskatīšanai, var palīdzēt patērētājiem pieņemt labāku lēmumu. Līdzīgi apsvērumi ir jāņem vērā tad, kad tiek pirktā mājokļa apdrošināšana vai dzīvības apdrošināšana. Dzīvības apdrošināšana ir vēl sarežģītāka, jo maksājums tiek veikts par pakalpojumu, kura faktisko kvalitāti var uzzināt tikai pēc ļoti ilga laika.

4.3. Normatīvie akti, kas samazina piegādātāju stimulu konkurēt

Daži normatīvie akti un mehānismi, kas uzņēmumiem dod iespēju veikt informācijas apmaiņu un sadarboties konkrētās jomās, var radīt vidi, kurā uzņēmumiem zūd stimuls konkurēt. Raizes var sagādāt tas, ka šādi apstākļi var veicināt kartelīm līdzīgas darbības, kuru dēļ var palielināties cenas un samazināties ražošana un daudzveidība. Šie apsvērumi ļoti atšķiras no argumentiem saistībā ar piegādātāju skaitu un dažādību vai uzņēmumu konkurētspēju, kas ir jautājumi, kuri tika aplūkoti iepriekš. Turklāt ir konkrēta uzņēmējdarbības prakse, kuru uzņēmumi var izmantot tādās oficiāli regulētās nozarēs kā elektroenerģijas, telesakaru, dabasgāzes u. c. nozares, kurās tiek radīti šķēršļi konkurencei un mazināts stimuls konkurēt. Stimuls konkurēt var zust šādos gadījumos:

- tiek izveidots pašregulācijas vai kopregulācijas režīms;
- tiek pieprasīts vai pausts aicinājums publicēt informāciju par piegādāto apjomu, cenu, apgrozījumu vai izmaksām;
- konkrētas nozares vai piegādātāju grupas darbībai nepiemēro valsts konkurences tiesību aktus;
- patērētāju mobilitāti starp preču piegādātājiem vai pakalpojumu sniedzējiem samazina, palielinot tiešās vai netiešās piegādātāja maiņas izmaksas. Kā minēts turpmāk, īpašas raizes sagādā tas, ja šādas izmaksas rada dominējošais pašreizējais tirgus dalībnieks, kas agrāk bija regulēts monopoluzņēmums.

Daudzi no informācijas apmaiņas mehānismiem un sadarbība starp uzņēmumiem ir atļauta, ja tas var sekmēt inovāciju un ieviest vienotus tehniskos noteikumus, standartus un uzņēmējdarbības praksi. Daudzās valstīs uzņēmumiem un nozarēm piemēroja (un joprojām piemēro) konkrētus vai pilnīgus atbrīvojumus no konkurences tiesību aktu piemērošanas, lai veicinātu to izaugsmi un palielinātu eksportu. Kaut arī dažos gadījumos šāda rīcība ir ekonomiski un sociāli pamatota, tomēr citos gadījumos tā nav pareiza. Turpmāk aplūkosim priekšrocības un trūkumus un uzsvērsim būtiskākās problēmas saistībā ar iespējamo ietekmi uz uzņēmumu stimulu konkurēt.

4.3.1. Pašregulācijas veicināšana

Atšķirībā no tradicionālā valdības vadības un kontroles modeļa atsevišķām profesijām, kā arī atsevišķiem preču ražotājiem un pakalpojumu sniedzējiem vēsturiski ir dotas tiesības veikt pašregulāciju (vai kopregulāciju).²⁰ Pašregulācijai ir vairākas priekšrocības.

- Tā dod iespēju regulāciju veikt saskaņotāk. Ja regulatīvajā shēmā kā aktīva dalībiece iesaistās cienījama nozares apvienība, tad tas var palielināt ticamību šai shēmai, un tādējādi tā tiek arī stiprināta. Tas savukārt palielina atbilstības pakāpi.
- Nozares pārstāvji un citas ieinteresētās personas tiek iesaistītas regulatīvajā procesā, un tas dod iespēju vieglāk iegūt resursus, kuri ir pieejami par mazām izmaksām vai bez maksas, iesaistot dalībniekus regulatīvajā uzraudzībā un dažkārt arī izpildes darbībās.
- Regulatīvās sistēmas izveidē tiek izmantotas nozares pārstāvju īpašās zināšanas, kas nozīmē to, ka šai sistēmai ir jābūt pielāgotai mērķim un tai ir jāmazina formālā regulācija.

Konkrētas jomas, kurās pastāv pašregulācija, ir šādas:

- preču īpašības, tostarp kvalitāte un drošība;
- savstarpējā saderība;
- tehnisko standartu saskaņošana;
- ētikas normas praksē;
- piesārņojuma kontrole.

Izvairīšanās no oficiālajiem regulatīvajiem procesiem nozīmē to, ka pašregulācija, iespējams, ir elastīgāka formas un pieejas ziņā nekā valdības regulatīvie pasākumi, kā arī pašregulācijas procesā ir vieglāk veikt izmaiņas, ja laika gaitā rodas problēmas. No valdības viedokļa raugoties, pašregulācijai ir mazākas izmaksas. Arī nozares pārstāvji parasti pašregulāciju uzskata par lētāku nekā tradicionālo valdības vadības un kontroles regulācijas modeli.²¹ Atsevišķās nozarēs, tādās kā profesionālie pakalpojumi, nozares apvienība atrodas labākā stāvoklī, lai nodrošinātu standartu izpildi, nekā tas ir tad, ja tas tiktu veikts, izmantojot tradicionālo valdības regulāciju. Pašregulācijas nolīgumi, kas panākti saistībā ar konstrukciju un standartiem starp tirgus dalībniekiem, var palielināt konkurenci. Visbeidzot, pašregulācija daudzos gadījumos var samazināt uzņēmumiem radīto slogu, proti, izmaksas un nenoteiktību, kas bieži saistās ar tradicionālo valdības regulāciju. Tāpēc daudzās jomās pašregulācija var palielināt efektivitāti un inovāciju, kā arī uzlabot rentabilitāti.²²

²⁰ Kaut arī turpmāk izklāstītie argumenti ir attiecināmi arī uz kopregulāciju, mūsu diskusijas pamatā būs tikai pašregulācija. Avotā *Jaguar Consulting* (2003) un *Deighton-Smith et al.* (2001) ir sniegta vērtīga informācija par dažādiem pašregulācijas un kopregulācijas aspektiem.

²¹ Mēs vēlētos uzsvērt iespējamu stratēģisku risinājumu. Bieži pašregulāciju var izmantot kā starpposma pasākumu pirms pārejas uz oficiālāku regulāciju. Ja pašregulācija nedod vajadzīgo rezultātu, tad valdība var iejaukties un veikt oficiālāku tirgus regulāciju. Šādā attīstības modelī nozares organizācijām un pārstāvjiem ir stimuluss piedāvāt pašregulāciju un nodrošināt to, lai tā darbotos.

²² Avotā *Valentine* (1998) un *Pitofsky* (1998) sniegta noderīga informācija par dažām pašregulācijas priekšrocībām un trūkumiem.

Tomēr, īstenojot pašregulācijas un kopregulācijas pasākumus, var rasties konkurences problēmas. Pēc savas būtības pašregulācija, kurā iesaistās nozares organizācijas un tirdzniecības apvienības, saved kopā “konkurentus”, un tas palielina informācijas plūsmu. Kaut arī tirgus dalībnieku sanāksmju mērķis ir vienoties par, piemēram, preču dizainu vai drošības standartiem, šīs sanāksmes ir pamats diskusijai par uzņēmumu stratēģiju saistībā ar cenām, daudzumiem, kapitālieguldījumiem, tirgus daļu un citiem jautājumiem. Ja tirgus dalībniekiem tiek atļauts sadarboties dažās uzņēmējdarbības jomās, tad pastāv iespēja, ka var palielināties informācijas plūsma un saskaņotas darbības, nevis konkurence. Dažas iespējamās problēmas ir šādas:

- palielinās iespējas saskaņot cenu;
- saskaņotas darbības, lai novērstu ienākšanu tirgū;
- vienošanās par darbības standartiem vai noteikumiem saistībā ar sniedzamo pakalpojumu iezīmēm un veidu, tādējādi nelabvēlīgi ietekmējot patērētājus;
- tā vietā, lai palielinātu konkurenci inovāciju jomā, palielinot pētniecības un attīstības izdevumus, konkurenti var izvēlēties saskaņot savu darbību un samazināt preču un procesa inovāciju.

Šādas problēmas var rasties tirgū, kur ir liels vai mazs konkurentu skaits. Kaut arī dažu konkurentu dalība palielina cenu un ražošanas saskaņošanas iespējamību, šī problēma var rasties arī lielās grupās. Aplūkosim konkrētu piemēru. Pieņemsim, ka nozares apvienība, kurā ir liels skaits uzņēmumu, kas izmanto pašreizējās tehnoloģijas, ir vienojusies par standartiem. Tad tirgū cenšas ienākt jauns uzņēmums, kas izmanto labākas tehnoloģijas. Pašreizējie tirgus dalībnieki, izmantojot nozares apvienību, centīsies radīt šķēršļus ienākšanai tirgū, lai pasargātu savus ienākumus (piemēru sk. 7. ierāmējuma C.2. punktā). Tādējādi šādas sadarbības trūkums ir iespēja slepeni sasniegt pret konkurenci vērstu rezultātu neatkarīgi no tā, vai pašreizējo tirgus dalībnieku grupa ir liela vai maza.

7. ierāmējumā ir minēti daži piemēri par pašregulāciju un kopregulāciju, kā arī sniegta informācija par iespējamām izmaksām un ieguvumiem.

Viens svarīgs pašregulācijas jautājums ir standartu noteikšana. Ja standartu pieņemšana ir brīvprātīga vai ja tiek izstrādātas pamatnostādnes, kuras tirgus dalībnieki var ievērot, tad pastāv mazāka iespēja, ka tiks veiktas pret konkurenci vērstas darbības. Ir būtiski zināt, vai nozares standarti tiek ieviesti piespiedu līdzekļiem. Ja tas tiek darīts, tad ir lielāka iespējamība, ka tiks veiktas pret konkurenci vērstas darbības, jo nozares apvienības var izmantot šos standartus, lai radītu šķēršļus konkurencei (piemērām, kā minēts 7. ierāmējuma C.2. punktā). Šajā ziņā pašregulācijas sistēmas izveidē ir jāizvairās no piespiedu standartu izmantošanas.

Saistībā ar problēmām, kuras rada pret konkurenci vērstas darbības, piemēram, cenu saskaņošana un tirgus sadalīšana, pieredze konkurences tiesību aizsardzības jomā liecina, ka, lai gan šādas darbības var notikt gan tirgos ar lielu konkurentu skaitu, gan tirgos, kuros to skaits ir mazs, tās visdrīzāk tiek veiktas tirgos ar augstu koncentrāciju un/vai tirgos, kuros ir daži uzņēmumi. Šos rādītājus var izmantot, lai novērtētu šādu darbību iespējamību. Galu galā ir svarīgi ņemt vērā to, ka, lai gan šādu pārkāpumu izdarīšana ir valsts konkurences tiesību aizsardzības atbildības sfērā, amatpersonām, izstrādājot vai mainot regulatīvos pasākumus, ir jāapzinās iespējamais kaitējums konkurencei.

7. ierāmējums. Pašregulācija

A. Piemēri par pašregulācijas veidiem

1. Austrālijā 1988. gadā līdz ar Grāmatvedības standartu padomes un Reklāmas uzraudzības padomes izveidošanu tika uzsākta jaunas pašregulācijas sistēmas izmantošana grāmatvedības standartu jomā. Šīs organizācijas ir atbildīgas par patērētāju sūdzību izskatīšanu saistībā ar reklāmas saturu.

2. ASV Federālā Tirdzniecības komisija (ASV Federālais reģistrs, 1998. gada 20. augusts) atcēla norādījumus par spalvu un dūnu izstrādājumu marķēšanu, to vietā piekrītot pašregulācijai, kad marķēšanas standartus nosaka pati nozare. FTK lēmuma pamatā bija arguments, ka pašreizējiem noteikumiem ir nelabvēlīga ietekme uz patērētāju pieprasījumu, tie ietekmē uzņēmumu lēmumus par ražošanu, kā arī tiem var būt negatīva ietekme uz konkurenci. Saskaņā ar spēkā esošajiem noteikumiem, piemēram, bija atļauts izstrādājumu, kura sastāvā ir 75 % dūnu, saukt par “dūnām”. Tas savukārt nozīmē, ka izstrādājums, kura sastāvā ir 100 % dūnu, retāk tiek identificēts kā augstākas kvalitātes izstrādājums, un tādējādi uzņēmumiem zūd stimuls piedāvāt tirgū augstākas kvalitātes izstrādājumus.

3. Austrālijā noteiktā pakāpē ir atļauta pašregulācija telesakaru nozarē, jo tiek cerēts, ka tas veicinās to, ka šī nozare labāk apmierinās klientu vajadzības. Pašregulācija tiek veicināta, kopīgi izstrādājot tehniskos standartus un saimnieciskos pasākumus, un to veic Austrālijas Komunikāciju nozares forums [*Australian Communications Industry Forum*] – telesakaru nozares organizācija, kuru šī nozare uztur. Ja atbilstība nozares izstrādātiem norādījumiem nav pietiekama, regulators var izmantot iespēju pieprasīt nozarei izstrādāt “Prakses kodeksu”, kam ir regulatīvs statuss, un atbilstība ir obligāta saskaņā ar attiecīgajiem normatīvajiem aktiem. Ņemot vērā normatīvo aktu stingrās prasības, nozarei ir stimuls panākt tādu pašregulācijas pakāpi, lai varētu izvairīties no vēl lielākas oficiālās regulācijas.

B. Apdraudējums, ko rada lielāka oficiālā regulācija, un nozares pašregulācijas iniciatīvas

1. ES ir uzsākta stingrāku prasību ieviešana attiecībā uz alus nozari, tostarp prasību saskaņošana starp dalībvalstīm. Tās mērķis ir atturēt patērētājus no alus dzeršanas, un piedāvātie risinājumi ir nodokļu palielināšana un reklāmas aizliegums. Taču alus ražotāji ir apgalvojuši, ka pašregulācija pretstatā tādiem oficiāliem ierobežojumiem kā reklāmas aizliegums un nodokļu palielināšana, ir daudz efektīvāks veids, kā nodrošināt stabilu alus ražošanas nozares attīstību. Nozares pārstāvji arī ir norādījuši, ka oficiālas prasības un pārāk liela saskaņošana kaitētu senajām Eiropas tradīcijām, nozares konkurētspējai un būtu pretrunā Eiropas tirgu atvērtības koncepcijai.

2. Reaģējot uz pieaugošu kritiku par reklāmu un popularizēšanas pasākumiem, kā arī uz iespēju, ka tiek paredzētas noteiktas prasības, Amerikas Zāļu izpētes un ražotāju apvienība [*Pharmaceutical Research and Manufacturers of America*] 2002. gadā pieņēma pašregulējošus norādījumus. Taču ir izteikta kritika par to, ka pašregulējošie noteikumi par uzņēmumu popularizācijas pasākumu kontroli ir vispārīgi un nav pietiekami stingri. Kā norādīts avotā *Lexchin* (2003), apvienības uzdevums, pirmkārt, ir palielināt noietu un peļņu, un, kad tiek izstrādāti prakses kodeksi, tie apzināti tiek padarīti vispārīgi, tie neattiecas uz daudziem reklāmas aspektiem un dod uzņēmumiem plašas iespējas izmantot maldinošu reklāmu.

C. Piemēri par gadījumiem, kad pašregulācija ir ietekmējusi konkurenci

1. Amerikas Savienotajās Valstīs Amerikas Mediķu apvienība noteica standartus ārstiem. Ar šiem noteikumiem tika ierobežota reklāma, pakalpojumu sniegšana pacientiem un cenu konkurence starp ārstiem. 1979. gadā ASV Federālā Tirdzniecības komisija noteica, ka šāda pašregulācija ir pretrunā ASV konkurences tiesībām, jo tika kavēta konkurence starp ārstiem un jaunu konkurences veidu parādīšanās veselības aprūpes sistēmā.

2. Nozares pašregulācijas rezultātā var rasties nepieņemami iemesli, kuru dēļ iespējamajam konkurentam tiek liegta iespēja ienākt tirgū. Kā piemēru var minēt 1988. gada lietu ASV par konkurences ierobežošanu – *Allied Tube & Conduit Corp. pret Indian Head, Inc.* Šajā lietā *Allied Tube* bija noteikusi standartus par metāla elektriskajiem vadiem ēkās, un šie standarti bija iestrādāti vietējo pašvaldību drošības noteikumos. Jauns tirgus dalībnieks piedāvāja izdevīgus augstas kvalitātes vadus, kas bija izgatavoti, izmantojot plastmasu. Tirgū esošie metāla vadu ražotāji apvienības gadskārtējā sanāksmē kopīgi nobalsoja pret jauno tirgus dalībnieku. Apvienības saskaņotās darbības dēļ tika nodarīts būtisks kaitējums konkurencei.

Mēs vēlamies noslēgt diskusiju par pašregulāciju, atkārtojot komentārus, kurus izteicām 4. sadaļas sākumā. Kā minēts iepriekš un uzsvērts dažos 7. ierāmējuma piemēros, pašregulācijas mehānismi var radīt uzņēmumos vēlmi iesaistīties slepenās darbībās, piemēram, cenu noteikšanā vai kvalitātes ierobežošanā, kā arī vēlmi radīt šķēršļus ienākšanai tirgū, lai aizsargātu pašreizējo tirgus dalībnieku grupas peļņu. Šajā ziņā pašregulācijas radīto ietekmi uz konkurenci var attiecināt ne tikai uz 1. kategoriju “Normatīvie akti, kas ierobežo piegādātāju skaitu vai loku”, bet arī uz 2. kategoriju “Normatīvie akti, kas ierobežo piegādātāju konkurētspēju”. Piemēram, atkarībā no konkrētām iezīmēm, kas raksturīgas netiešajiem vai tiešajiem šķēršļiem ienākšanai tirgū, kuri var būt radīti, ietekmi uz konkurenci var saistīt ar 1. un/vai 2. kategoriju.

4.3.2. Sadarbība un informācijas apmaiņa

Uzņēmumiem tirgū ir jākonkurē. Ar konkurenci ir saistīti tādi ieguvumi kā zemākas cenas, lielāka efektivitāte un inovācija. Saskaņā ar lielāko daļu valstu konkurences tiesībām uzņēmumiem ir aizliegts saskaņot savu stratēģiju tādos aspektos kā cenas, daudzums un tirgus daļa.

Tomēr šiem vispārējiem aizliegumiem ir arī izņēmumi. Nereti tiek paredzēti noteikumi, lai atļautu konkurentiem noteikta veida sadarbību un tirgus organizāciju veidošanu, piemēram:

- lauksaimniecības kooperatīvu veidošana, lai kopīgi pārdotu saražoto. Šāda sadarbība tiek atļauta, pamatojoties uz to, ka mazākiem lauksaimniekiem netiktu piedāvātas taisnīgas cenas, jo pircēji bieži ir lieli uzņēmumi. Atļauja veidot kooperatīvus bija mehānisms, ar kuru cīnīties pret pircēja varu;
- atļauja profesionālajām organizācijām, piemēram, juristu un medicīnas darbinieku organizācijām, paredzēt labākās prakses pamatnostādnes un noteikumus saviem locekļiem. Tas tika atļauts, jo tika uzskatīts, ka tas nodrošinās labāku kvalitātes kontroli un standartus profesionāļu pakalpojumiem;

- tirdzniecības apvienību veidošana, kas dod nozares pārstāvjiem iespēju satīties un apmainīties ar informāciju par tendencēm nozarē un tirgus apstākļiem;
- preču dizaina un savietojamības saskaņošana, lai nodrošinātu standartizāciju un vienveidību;
- atļauja veidot pētniecības un attīstības kopuzņēmumus, lai sekmētu inovāciju.

Kaut arī ir likumīgi iemesli atļaut un sekmēt šāda veida sadarbību, negaidīta blakusparādība var būt tāda, ka šie mehānismi dod konkurentiem iespēju apmainīties ar informāciju par cenām un daudzumiem, kā arī iesaistīties slepenās darbībās. Citos gadījumos, sniedzot publisku informāciju par, piemēram, cenām, var uzlabot informācijas plūsmu starp uzņēmumiem, tādējādi palielinot arī slepeno darbību iespējamību.

8. ierāmējumā ir izklāstīti piemēri par gadījumiem, kad informācijas apmaiņa un sadarbība starp uzņēmumiem ir novedusi pie tā, ka konkurences uzraudzības iestādēm ir jāveic izmeklēšana. Kaut arī izmantoti piemēri no konkurences tiesību aizsardzības sfēras, tie ir izvēlēti, lai uzsvērtu to, ka informācijas apmaiņa (un iespēja to veikt) var nelabvēlīgi ietekmēt konkurenci. Kopumā tiek uzsvērts – pirms tiek atļauts veikt informācijas apmaiņu un sadarboties, tas ir rūpīgi jāapsver, jo tādējādi var negatīvi ietekmēt konkurenci.

8. ierāmējums. **Sadarbība un informācijas apmaiņa**

1. 1993. gadā Dānijas konkurences uzraudzības iestāde nolēma savākt un publicēt dažādu uzņēmumu darījumu cenas par divu veidu transportbetonu trīs Dānijas reģionos. Gada laikā pēc šo datu publicēšanas abu veidu transportbetona vidējās cenas pieauga par 15–20 %. Cenu publicēšana veicināja slepenas darbības un palielināja cenas.

2. Profesionālās jeb ražotāju organizācijas darbojas lielākajā daļā valstu, un tajās kolektīvus lēmumus pieņem uzņēmumi, kuri citkārt savā starpā konkurētu. Ja šīs organizācijas netiek attiecīgi uzraudzītas un regulētas, tad to darbība var novest pie tā, ka samazinās konkurence un palielinās šķēršļi ienākšanai tirgū, jo tiek apgrūtināts veids, kā kļūt par organizācijas locekli, apzināti atstumjot uzņēmumus, un ir pat iespējama iesaistīšanās pret konkurenci vērstās darbībās, piemēram, cenu noteikšanā.

Gojasas [*Goijs*] pavalsts (Brazīlija) anesteziologu apvienība. Apvienība visiem ar to saistītajiem anesteziologiem Gojasas pavalstī izplatīja sarakstu ar cenām par anestēzijas procedūrām. Brazīlijas Konkurences uzraudzības padome uzskatīja, ka apvienība ir veikusi cenu saskaņošanu.

Kooperatīvs *Medical Works Ltd.* Makapas [*Macapí*] pilsētā Brazīlijā bija iesaistīts konkurences ierobežošanā, ietekmējot vienotas komerciālās prakses pieņemšanu vai vienošanās starp konkurentiem.

3. Amerikas Mediķu apvienība ir apgalvojusi, ka ārstiem ir jābūt tiesībām kolektīvi salīdzināt informāciju par atmaksām no veselības apdrošināšanas plāniem. AMA uzskata, ka šīs atmaksas ārstiem līgumiski uzspiež lielas apdrošināšanas sabiedrības, nepiedāvājot alternatīvas iespējas. Tomēr pastāv raizes, ka šādā veidā ārstiem tiek dota iespēja noteikt cenas.

4. Avotā *Cavaliere, Silvestri un Tanasso* (2001) ir norādītas problēmas saistībā ar pašregulāciju un brīvprātīgajām vienošanām, kas paredzētas tam, lai uzņēmumi varētu izpildīt mērķus vides jomā. Bet šī sadarbība tiek uzskatīta arī par ļoti labu iespēju, lai apmainītos ar informāciju par cenām un veiktu citas darbības, kas var mazināt konkurenci.

5. Kā norādīts avotā *Potter* (2001), regulatori par svarīgu jautājumu uzskata internetā slēgtos darījumus un informācijas apmaiņu, kā arī to, vai darījumos atklātās un sniegtās informācijas daudzums starp tirgotājiem var novest pie slepenām darbībām un cenu palielināšanas. Kopumā jānorāda, ka darījumi starp uzņēmumiem internetā dod uzņēmumiem iespēju aplūkot cenas un daudzumu saistībā ar citu tirgotāju veikto tirdzniecību vai arī uzzināt, vai citiem tirgotājiem nav pārpalikumu. Tas var veicināt vismaz slēptu cenu saskaņošanu. ASV Tieslietu departaments, piemēram, ir izmeklējis obligāciju tirdzniecību internetā (avots *Schiffirin*, 2000), kā arī aviolidojumu rezervēšanas uzņēmumus, kurus izveidojušas vairākas aviosabiedrības, piemēram, *Hotwire* un *Orbitz*, un saistībā ar kuriem izmeklēšanu veica arī ASV Federālās Tirdzniecības komisija un Transporta departaments (avots *Greenberg*, 2000). ASV Tieslietu departaments veica izmeklēšanu, pamatojoties uz pierādījumiem par to, ka informācijas apmaiņa aviolidojumu rezervēšanas sistēmā tikusi izmantota, lai manipulētu ar cenām. (<http://www.usdoj.gov/atr/cases/f4800/4800.htm>)

6. Runājot par informācijas apmaiņu un tās nelabvēlīgo ietekmi uz konkurenci, jāmin piemērs no Francijas mobilo sakaru nozares. Konkurences uzraudzības padome [*Conseil de la Concurrence*] apsūdzēja trīs uzņēmumus – *Orange France*, *SFR* un *Bouygues Télécom* –, un tiem tika noteikti bargi sodi par to, ka tie apmainījušies ar stratēģisku informāciju par jaunajiem pieslēgumiem un līgumattiecību izbeigšanu. Padome norādīja, ka informācijas apmaiņa kaitējusi konkurencei, samazinot nenoteiktību saistībā ar konkurentu stratēģiju un katra uzņēmuma komerciālo neatkarību. Turklāt padome konstatēja, ka, sākot no 2000. gada, informācijas apmaiņa šiem uzņēmumiem devusi iespēju uzraudzīt un stabilizēt kopīgi noteiktās tirgus daļas.

Ir skaidri redzams, ka, atļaujot sadarbību atsevišķās jomās, pastāv iespēja nodrošināt būtiskus ieguvumus sabiedrībai, piemēram, ja tiek atļauta sadarbība pētniecības un attīstības jomā. Tāpēc viens no regulatora sarežģītākajiem uzdevumiem ir paredzēt izņēmumu veidu un apmēru saistībā ar vispārēju aizliegumu kādas nozares uzņēmumiem sadarboties. Daudzi konkurences principu pārkāpumi var notikt slepeni, un tos regulators nevar ne tieši novērot, ne viegli paredzēt. Šajā jomā, tāpat kā citās, sarežģītākais uzdevums ir izvērtēt, vai sabiedrības ieguvumi, attiecīgajā kontekstā atļaujot sadarbību, atsver šīs sadarbības radītos zaudējumus konkurences ziņā. Kaut arī parasti ir sarežģīti prognozēt, kad sadarbība vienā jomā (piemēram, pētniecībā un attīstībā vai atbilstības standartu noteikšanā) var novest pie cenu saskaņošanas vai tirgus daļu noteikšanas, pieredze konkurences tiesību piemērošanas jomā liecina, ka liela tirgus daļa vai neliels uzņēmumu skaits ir viens no rādītājiem, kas liecina par šādas pret konkurenci vērstas darbības iespējamību. Kaut arī galīgajā analizē uzdevums atklāt sadarbību cenu un ražošanas apjomu ziņā un par to iesniegt prasību ir uzticēts valsts konkurences tiesību piemērotājiem, ir svarīgi ņemt vērā to, ka regulatīvajiem lēmumiem nav jāveicina šādi sadarbības veidi, jo slepenu darbību atklāšana ir ļoti sarežģīts uzdevums pat konkurences uzraudzības iestādēm.²³

²³ Avotā *Ghosal* (2007) ir sniegta informācija par dažādiem informācijas plūsmas kanāliem, no kuriem konkurences uzraudzības iestāde saņem informāciju, un to, cik sarežģīti ir atklāt kartelīm līdzīgas darbības.

4.3.3. Noteikumi, kas daļēji vai pilnīgi atbrīvo darbības no valsts konkurences tiesību piemērošanas

Daudzās valstīs uzņēmumi un organizācijas tiek atbrīvoti no konkurences politikas piemērošanas. Tam var būt dažādi iemesli un mērķi:

- eksporta veicināšana;
- regulēti uzņēmumi;
- lauksaimniecības kooperatīvi;
- mazo un vidējo uzņēmumu organizācijas.

Daži atbrīvojumi no konkurences tiesību piemērošanas, bez šaubām, ir piešķirti vēsturiskās situācijas dēļ. Visā pasaulē bija tendence lauksaimniekiem būt maziem, un bija saprātīgi atļaut tiem saskaņot tirdzniecības darbības. Dažiem iepriekš minēto kategoriju pārstāvjiem šādi atbrīvojumi dažkārt var palīdzēt radīt preces un pakalpojumus, kurus citkārt nevarētu piedāvāt vai kuru kvalitāte būtu zemāka.

Tomēr būtisks trūkums ir tas, ka noteikumiem, ar kuriem tiek izbeigta vai mazināta konkurence, atbrīvojot noteiktas darbības no konkurences tiesību piemērošanas vai pieprasot konkurentiem sadarboties, var būt nelabvēlīga ietekme uz konkurenci tirgū un uzņēmumu darbībām, kas šādā veidā tiek aizsargātas, un tā nereti ir būtiska ēnas puse. Tāpēc ir rūpīgi jāapsver priekšlikumi, kuru mērķis ir piešķirt atbrīvojumus no konkurences tiesību piemērošanas. Ja priekšlikuma dēļ rodas neskaidrības par to, vai valdības nolūks ir turpināt konkurences tiesību piemērošanu, tad tā formulējums ir jāpapildina, lai precizētu konkurences tiesību piemērošanu. Piemēram, ASV 1996. gada Telesakaru aktā bija paredzēts “noteikums par ietaupījumiem no konkurences mazināšanās”, kurā bija skaidri noteikts, ka konkurences tiesības turpina piemērot un ar attiecīgo tiesību aktu to piemērošana netiek atcelta.

9. ierāmējumā ir izklāstīti daži piemēri par atbrīvojumiem no konkurences tiesību piemērošanas un to negatīvo ietekmi.

9. ierāmējums. **Darbību atbrīvošana no konkurences tiesību piemērošanas**

1. Ar Kanādas 1987. gada Kuģniecības konferences atbrīvojuma aktu [*Shipping Conferences Exemption Act*] (KKA) konkrētas kuģniecības konferences darbības (piem., kolektīva tarifu noteikšana un pakalpojumu nosacījumi) tika atbrīvotas no Konkurences akta [*Competition Act*] noteikumu piemērošanas. Lai konferences nebūtu pretrunā Konkurence aktam, ar KKA tiek piemērots atbrīvojums. Ziņojums avotā *Clyde* un *Reitzes* (1996) sniedz pierādījumus tam, ka daži lineru satiksmes konferences atbrīvojumu sistēmas aspekti ir veicinājuši okeāna lineru satiksmes tarifu pieaugumu.

2. Eiropas Komisija ir ierosinājusi atcelt kategoriju atbrīvojumu lineru konferencēm, kas paredzēts EK līguma konkurences noteikumos saistībā ar aizliegumu par ierobežojošu uzņēmējdarbību (81. pants). Pašreizējais kategorijas atbrīvojums, kas paredzēts Padomes Regulā 4056/86, ļauj pārvadātājiem noteikt cenas un kopīgi regulēt pārvadājamo daudzumu. Ieguvēji no atbrīvojuma atcelšanas būs ES eksportētāji, jo samazināsies pārvadāšanas cenas, bet pakalpojumu uzticamība nemainīsies. Ar Komisijas lēmumu konkurences noteikumu

piemērošanas jomā (Regula 1/2003) nonāktu arī jūras līgumreisu un kabotāžas pakalpojumi, dodot Komisijai tiesības šos noteikumus attiecināt arī uz šo nozari.

3. Ar ASV Makkarana-Fergusona aktu (1945) apdrošināšanas sabiedrības ir atbrīvotas no dažiem federālajiem konkurences uzraudzības noteikumiem, ja to darbību regulē pavalstis. Šis atbrīvojums galvenokārt attiecas uz datu vākšanu, lai noteiktu likmes. Citkārt ar konkurences uzraudzības tiesību aktiem apdrošinātājiem ir aizliegts izvairīties no darījumiem, slēgt piespiedu darījumus vai tos ierobežot. Šajā saistībā ir izteikti komentāri, ka ar šo aktu apdrošināšanas sabiedrības tiek pasargātas un ka tas dod tām iespēju saskaņot cenas. Kā norādīts avotā *King* (2003), patērētāju aizsardzības grupas apgalvo, ka apdrošinātāji ir izmantojuši šā akta noteikumus savā labā, lai palielinātu cenas un ierobežotu apdrošināšanas summu, kā arī lai iesaistītos pret konkurenci vērstās darbībās, kuras jebkurā citā nozarē tiktu uzskatītas par pretlikumīgām. Prasības tiesā saistībā ar iespējamu cenu saskaņošanu apdrošinātāju starpā parasti tiek noraidītas, jo konkurences uzraudzības tiesību aktos attiecībā uz šo nozari ir paredzēts īpašs atbrīvojums.

4. Amerikas Savienotajās Valstīs ir vairākas jomas, kurām tiek piemērots kāds atbrīvojums vai īpašs režīms saistībā ar konkurences uzraudzības tiesību aktiem: lauksaimniecības kooperatīvi, zvejnieku kooperatīvi, bankas un citas finanšu iestādes, vērtspapīru un preču tirdzniecības nozares, apdrošināšana, laikraksti, profesionālais sports, starpstatu auto, dzelzceļa un ūdens transports, pārvadājumi pa okeānu, darba ņēmēju apvienības un gaisa pārvadājumi. ASV Kongress pieņēma Laikrakstu aizsardzības aktu [*Newspaper Protection Act*] (1970), lai paredzētu daļēju atbrīvojumu no konkurences uzraudzības un atļautu laikrakstiem slēgt kopīgas darbības nolīgumus. Iemesls tam bija laikrakstu saglabāšana, jo īpaši tad, ja pretējā gadījumā tirgū paliktu tikai viens dienas laikraksts.

5. Ar Eiropas Savienības bloka atbrīvojumu no konkurences uzraudzības saistībā ar automobiļu izplatīšanu un apkopi tika izveidota sistēma, kurā automobiļu tirgotājiem bija jāpiedāvā remonta pakalpojumi pēc pārdošanas un mehāniķiem bija jāsaņem kvalitātes zīme no ražotāja. Tas ražotājiem deva iespēju dominēt tirgū, aizliedzot tirgotājiem pārdot konkurējošo marku automobiļus. Atbrīvojums zaudēja spēku 2002. gada septembrī, un automobiļu tirgotāji tagad var piedāvāt dažādu marku automobiļus.

6. Zviedrijā ir spēkā juridisks atbrīvojums saskaņā ar Konkurences aktu lauksaimniecības kooperatīviem. Konkurences politikas pasākumus, ar kuriem novērš konkurenci kropļojošas darbības, nepiemēro cenu noteikšanai, ko veic apvienība, kas ir atbildīga par tai piegādāto preču tirdzniecību.

7. Dienvidāfrikā atbrīvojumus var piemērot uzņēmumiem un profesionālajām apvienībām, lai tās varētu veikt tādas darbības, kuras tad, ja attiecīgā komisija nebūtu piešķīrusi atbrīvojumu, uzskatītu par konkurenci kropļojošām darbībām. Atbrīvojumu var piemērot, lai veicinātu eksportu, sekmētu mazu un vidēju uzņēmumu darbību, palīdzētu nozares ekonomiskajai stabilizācijai un saglabātu profesionālos standartus vai profesijas parastās funkcijas.

Kaut arī dažos gadījumos ir bijuši pamatoti iemesli piešķirt atbrīvojumus no konkurences tiesību piemērošanas, ir pamats apgalvot, ka šādi atbrīvojumi, pirms tie tiek paredzēti, ir ļoti rūpīgi jāapsver. Kā uzsvērts ESAO (1997) ziņojumā, atbrīvojumi no valsts konkurences tiesībām ir spēkā daudzās nozarēs, piemēram, tādās nozarēs kā elektroenerģija un komunālie pakalpojumi, transports, sakaru pakalpojumi un lauksaimniecība. Šādi atbrīvojumi var samazināt ekonomisko efektivitāti, jo tiek atļautas pret konkurenci vērstas darbības,

piemēram, dominējošā stāvokļa ļaunprātīga izmantošana un slepenas vienošanās. Visbiežāk lielākos ieguvumus var panākt tad, ja vispārējās konkurences tiesības tiek piemērotas pēc iespējas plašāk.²⁴

4.4. Patērētāja izvēle un lēmuma pieņemšana

Piegādātāji konkurē cits ar citu, lai piesaistītu klientus. Kā minēts iepriekš, dažkārt valdības politika var nepamatoti ierobežot darbības, kuras piegādātāji var veikt. Tādā pašā veidā valdības politika var ietekmēt arī patērētāju lēmumus, samazinot izvēles iespējas vai nerīkojoties patērētāju interesēs.

Patērētāji var pieņemt lēmumu iegādāties konkrētu preci un pakalpojumu, pamatojoties uz tādiem faktoriem kā gaume, ienākumu līmenis, cena un konkurējošo preču īpašības.²⁵ Tomēr, pieņemot lēmumu, patērētājiem var nebūt pietiekamas informācijas par kādu preci, viņi var nonākt saskarē ar valdības radītajiem ierobežojumiem, kas samazina pieejamo preču daudzveidību, un/vai ar izmaksām, kas rodas, mainot preces piegādātāju, un kas attur patērētājus izvēlēties to preci, kuru viņi izvēlētos, ja šādu izmaksu nebūtu. Turklāt viņu izvēli var ietekmēt uzvedības novirzes, kuru ietekmē tiek izdarīta izvēle, kas, izvērtējot to sīkāk, neatbilst patērētāju gaumei, kura ir izvēles pamatā. Šie faktori būtiski ietekmē dažu preču un pakalpojumu pieprasījumu.²⁶ Šādā gadījumā valdība dažkārt cenšas veikt pasākumus, lai uzlabotu pārredzamību vai citādi palīdzētu patērētājiem.

Lai parādītu, kāda ietekme uz konkurences veicināšanu ir faktoriem, kas ietekmē pieprasījumu, izvērtējiet situācijas, kad patērētājiem tiek sniegta nepilnīga, mulsinoša, maldinoša vai grūti saprotama informācija. Šādā gadījumā neierobežota tirgus darbība nenozīmē to, ka tiek panākta vislielākā iespējamā patērētāju labklājība. Piemēram, tad, ja patērētājiem ir atbilstīga informācija par preces kvalitāti, uzņēmumi, kas piedāvā zemākas kvalitātes preces, var būt spiesti vai nu samazināt cenas salīdzinājumā ar to uzņēmumu cenām, kuri piedāvā augstākas kvalitātes preces, vai uzlabot savu preču kvalitāti. Turpretī tad, ja patērētājiem ir nepietiekama, mulsinoša vai maldinoša informācija par kādu preci, tad tiem var būt grūtības atbilstīgi novērtēt attiecīgo preci. Tā ietekmē patērētāji var maksāt augstāku cenu par zemākas kvalitātes preci vai pakalpojumu vai mulsinošas informācijas gadījumā viņi var veltīt mazāk pūļu, lai atrastu preci, kas vislabāk atbilst viņu vajadzībām. Šā iemesla dēļ, lai sekmētu spēcīgu un labvēlīgu konkurenci, ir ļoti svarīgi nodrošināt to, ka patērētāji var pieņemt tādus lēmumus, kuru pamatā ir informācija un labi apsvērti.

Valdība šajā saistībā var palīdzēt. Avotā *Wilson un Waddams Price* (2005) ir aplūkota Apvienotās Karalistes (AK) elektroenerģiju pārakošo mājsaimniecību izlase un ir secināts, ka viena trešdaļa patērētāju, kuri ir nomainījuši elektroenerģijas piegādātāju AK izlasē, ir pārgājuši pie dārgāka piegādātāja, nevis pie lētāka piegādātāja. Viens no galvenajiem šādu rezultātu iemesliem bija grūtības, kas patērētājiem radās, salīdzinot sarežģītus konkurējošos piedāvājumus. Patērētāju "kļūdas" var palielināt līdzsvara peļņas uzcenojumu, vājinot saikni starp uzņēmuma noietu un relatīvo pārpalikuma piedāvājumu (avots *Perloff un Salop*, 1985,

²⁴ Ziņojumā ir minēts, ka tas ir īpaši svarīgi laikā pēc regulatīvām reformām, jo ar šādiem pārkāpumiem var kavēt konkurentu parādīšanos, bloķējot ienākšanu tirgū vai nosakot cenas. Stingra tiesību aktu piemērošana pret karteljiem ir vajadzīga tajos gadījumos, kad uzņēmumi vairāku gadu garumā tiesiskā regulējuma ietekmē ir iemācījušies sadarboties, nevis konkurēt. Ja nav mērķtiecīgas rīcības, tad ieguvumus no reformas var zaudēt.

²⁵ ESAO Patērētāju politikas komiteja šobrīd izstrādā pamatnostādnes par to, kad un kā valdībai vajadzētu rīkoties, lai risinātu kādu ar patērētājiem saistītu problēmu. (Patērētāju politikas metodiskais līdzeklis [*Consumer Policy Toolkit*], publikācija izstrādes stadijā).

²⁶ Noteikumi, kas ietekmē to, ko piegādātāji ražo, kā tie konkurē un kāds ir konkurēšanas iemesls, ietekmē piedāvājumu tirgū.

Gabaix et al., 2005). Ja pastāv peļņu nesoša uzņēmējdarbības stratēģija, kuras pamatā ir sistemātiska patērētāju maldināšana, un šķiet, ka piegādātāji to apzināti izmanto, tad var būt pamats patērētājus aizsargāt, piemēram, pieprasot skaidru un salīdzināmu standartu dažādu piegādātāju piedāvājumu salīdzināšanai. Tomēr šāda ierobežošana tirgū ir rūpīgi jāizvērtē, jo tai var būt sekas, kuras negatīvi ietekmē gan piegādātājus, gan patērētājus. Kā piemēru politikai, kura kaitē patērētāju izvēlē iespējām un lēmuma pieņemšanai, var minēt noteikumus, kas paredz preču standartus, kuri ir augstāki vai zemāki par standartiem, kādus vēlas patērētāji (tādējādi patērētāji zaudē iespēju izvēlēties daļu no precēm), noteikumi, kas dod patērētājiem iespēju iegādāties noteiktas preces, noteikumi, kas dod konkrētas profesijas pārstāvjiem iespēju ierobežot patērētāju izvēli, piemēram, ja tiek izrakstīta recepte (piem., kontaktlēcas), kurā norādīts, ka ir jāiegādājas konkrēta zīmola kontaktlēcas. Kā tādas politikas piemērs, kura palīdz palielināt patērētāja izvēles iespējas un uzlabot lēmuma pieņemšanu, var būt noteikumi, kas paredz to, ka pārtikas produkta marķējumā ir jānorāda tā saturs, noteikumi, ar kuriem tiek noteikts standarta veids, kā izklāstīt informāciju par hipotekārā kredīta likmēm (tādējādi sekmējot dažādu finanšu iestāžu piedāvājumu salīdzināmību), kā arī informācijas atklāšanas noteikumi un nogaidīšanas laika posms.

4.4.1. Spēja izvēlēties

Tirgus parasti darbojas vislabāk tad, ja patērētāji var izdarīt brīvu izvēli. Izvēles iespējas var ierobežot pat tad, ja ir iespēja izvēlēties starp vairākiem piegādātājiem. Tas var notikt gadījumos, kad valdības noteikumi ierobežo patērētāju izvēles iespējas. Daudzos gadījumos atsevišķi ierobežojumi ir pieņemami un gaidāmi, piemēram, tad, kad klients izvēlas automobili, saprotot, ka apkopes iespējas ir ierobežotas, jo tikai dažās remontdarbnīcās būs pieejams attiecīgā automobiļa apkopei vajadzīgais aprīkojums.²⁷ Atsevišķi ierobežojumi dažkārt var ļoti labvēlīgi ietekmēt konkurenci un nodrošināt patērētājiem labākus darījumus.²⁸ Tomēr dažos gadījumos valdības politika ierobežo patērētāja izvēles iespējas. Ja valdības politika ierobežo patērētāja izvēles iespējas, tad ir jāizvērtē, vai šādi ierobežojumi ir vajadzīgi, lai sasniegtu kādu sabiedrībai labvēlīgu mērķi, kuru nevar sasniegt citādi, nodarot mazāku kaitējumu konkurencei.²⁹

Valdības politika var ierobežot izvēles iespējas tieši vai netieši. Piemēram, valdība var noteikt, ka ir aizliegts kaimiņpavalstī vai valstī par zemāku cenu iegādāties receptu vai bezreceptu zāles. Tas ir tiešs ierobežojums. Tāpat valdība var liegt iespēju saņemt apdrošināšanas kompensāciju par zālēm, kas iegādātas ārpus attiecīgās pavalsts. Tas ir netiešs ierobežojums, kam var būt līdzīga ietekme kā tiešajam ierobežojumam, bet tas darbojas ar finansiālas kompensācijas mehānisma palīdzību, nevis kā tiešs tiesisks aizliegums.

²⁷ Piemēram, automobiļa datorizēto sistēmu remontam var būt vajadzīga diagnostikas iekārta, kas atbilst konkrētam modelim vai ražotājam. Šādas īpašās iekārtas ir dārgas, un to iegāde var būt saistīta ar patentētām tehnoloģijām.

²⁸ Piemēram, privātie veselības apdrošinātāji Amerikas Savienotajās Valstīs piedāvā klientiem ārstu un slimnīcu tīklu. Veselības apdrošinātāji var panākt vislabākos darījumus ar tādiem pakalpojumu sniedzējiem kā ārsti un slimnīcas, ja tie var izstumt no tirgus dažus pakalpojumu sniedzējus (un nodrošināt atlikušajiem pakalpojumu sniedzējiem vairāk pacientu). Dažos ASV štatos ir noteikts, ka ikvienam medicīnas pakalpojumu sniedzējam, kas vēlas būt attiecīgajā tīklā, ir tiesības atrasties tajā, bet citos štatos ir atļauta selektīva līgumu slēgšana. Kā norādīts avotā *Vita* (2001), prasības par to, ka ikviens pakalpojumu sniedzējs var pievienoties tīklam, palielina veselības aprūpes izmaksa attiecīgajā štatā.

²⁹ Hipotēkas apdrošināšana Kanādā ir obligāta, ja aizņēmuma lieluma un aktīvu vērtības attiecība ir augsta, bet apdrošinātāju neizvēlas klients – to dara aizdevējs. Francijā bija spēkā līdzīgas prasības, taču tās ir mainītas, lai dotu patērētājiem iespēju izvēlēties apdrošinātāju.

Patērētāju brīvās izvēlēs ierobežošanai var būt nelabvēlīga ietekme, jo, ja piegādātāji zina, ka patērētāji nevar izdarīt tādu izvēli, kādu vēlētos, tad piegādātāji var mazāk reaģēt uz konkurences spiedienu. Turklāt var mazināties patērētāju apmierinātība ar iegādāto preci, vai arī viņi var vienkārši nolemt attiecīgo preci vairs nepirkt.

Patērētāju izvēles iespēju sekmēšana ir svarīga, lai nodrošinātu labu tirgus darbību. Dažkārt to veic konkurences uzraudzības vai patērētāju aizsardzības aģentūra, bet daudzos gadījumos to veic arī nozares regulatori vai ar likumdošanas palīdzību.

- Dažkārt valdības politikai var būt zināma nozīme izvēles ierobežošanā. Piemēram, Amerikas Savienotajās Valstīs federālā līmenī ir paredzēti noteikumi par to, ka kontaktlēcu lietotājiem pirms kontaktlēcu iegādes ir jāsaņem recepte no autorizēta optometrista. Šādi noteikumi tika pieņemti tādēļ, lai nodrošinātu to, ka pacientiem tiek noteikta pareiza diagnoze, lai kontaktlēcas (ja tādas ir vajadzīgas) pacientam būtu piemērotas, kā arī lai korektīvais stiprums un citas to īpašības būtu pareizas. Daži optometristi sāka iegādāties kontaktlēcas un apzīmēt tās ar savu preču zīmi (piemēram, *Dr. Jones Contacts*), un tās varēja iegādāties tikai pie konkrētiem pasūtītājiem. Šis ārsts, piemēram, var izrakstīt savam pacientam recepti uz *Dr. Jones Contacts* kontaktlēcu iegādi ar konkrētu korektīvo stiprumu. Pacientu izvēles iespējas šādu kontaktlēcu gadījumā būtu ierobežotas, jo atbilstoši likumam ar attiecīgo recepti var iegādāties tikai receptē norādītās kontaktlēcas, un tās pārdod tikai dr. Džonss [*Jones*]. Dati par cenām liecina, ka privāto preču zīmju kontaktlēcas, kuras piedāvā neatkarīgie acu speciālisti un optisko preču veikali, var būt par 9–13 % dārgākas nekā dārgākā līdzvērtīgā zīmola prece (interneta veikalos) un līdz pat 50 % dārgāka nekā lētākā līdzvērtīgā alternatīva (vairumtirdzniecības veikalos).³⁰ Pēc likumdošanas darbības³¹ ASV Federālā Tirdzniecības komisija izdeva rīkojumu, ka recepšu izrakstītājiem, kuri izraksta recepti privātas preču zīmes kontaktlēcām, receptē ir jānorāda pietiekama informācija, lai būtu iespējams noteikt līdzvērtīgas, plaši pieejamas kontaktlēcas, un ka šīm receptēm ir jābūt brīvi izmantojamām, tādējādi nodrošinot to, ka klienti nav spiesti iegādāties kontaktlēcas pie optometrista, kas tās ir izrakstījis.³²

- Dažkārt valdības politikai var būt nozīme izvēles iespēju palielināšanā. Piemēram, *Warsaw Municipal Corporation for Public Services Ltd (MPUK)* no Varšavas pilsētas nomāja kapličas Varšavas Sabiedriskajā kapsētā un Povaski Militārajā kapsētā. *MPUK* no citiem apbedīšanas pakalpojumu sniedzējiem un privātajiem klientiem, kuri vēlējās izmantot šīs kapličas, pieprasīja, lai tie no *MPUK* iegādājas papildu pakalpojumus, piemēram, mūziku, bērū ceremonijas vadītāju un apbedīšanas pakalpojumus. Tādējādi klientam, kas vēlējās izmantot kapliču, bija jāizmanto visi papildu pakalpojumi, ko piedāvāja *MPUK*, un arī tad, ja šim klientam jau bija savs apbedīšanas pakalpojumu sniedzējs. Saikne starp kapsētām un apbedīšanas pakalpojumu sniedzējiem radīja raizes par šķēršļiem ienākšanai apbedīšanas pakalpojumu tirgos. Polijas varas iestādes uzskatīja, ka šāda prakse kaitē konkurencei apbedīšanas pakalpojumu tirgū, un *MPUK* tika lūgts izbeigt pieprasīt papildu pakalpojumu iegādi un maksas iekasēšanu par to.³³

³⁰ Sk. datus avotā *FTC* (2005) par *Biomedics*55 preču zīmes un privāto preču zīmju preču tirdzniecību.

³¹ Akts par taisnīgu attieksmi pret kontaktlēcu lietotājiem [*The Fairness to Contact Lens Consumers Act*] (*FCLCA*) *P.L. 108-164, 1117 Stat 2024*.

³² *15 U.S.C. § 7601; 16 C.F.R. § 315*.

³³ Ne visas konkurences uzraudzības iestādes uzskatītu, ka kopīgas finansiālas intereses starp kapsētām un kapličām ir vispārēja problēma vai, tieši pretēji, ka ir nepieciešama vai vēlama kapsētu īpašnieku un apbedīšanas pakalpojumu sniedzēju nošķiršana. Sk. *FTC "Wisconsin prohibition on joint funeral home/cemetery operation could raise prices and reduce choices for consumers, FTC cautions,"* 14. septembris, 1993, tīmekļa vietnē <http://www.ftc.gov/opa/predawn/F93/wi-funera2.htm>. Ņemot to vērā, FTK ir pieņēmusi Apbedīšanas noteikumus [*Funeral Rule*], kas citu starpā veicina klientu pieeju alternatīviem zārku un urnu piegādātājiem, lai

Ja valdības noteikumi ierobežo izvēles iespējas, tādējādi kaitējot patērētājiem, tad, iespējams, noteikumi ir jāgroza, lai nodrošinātu to, ka tiek saglabātas izvēles iespējas, kā tas tika darīts normatīvo aktu gadījumā saistībā ar kontaktlēcņu iegādi, kad optometriisti izmantoja prasības par receptēm, lai pacientiem izrakstītu tādu recepti, kas atbilst viņu privātās preču zīmes precēm. Taču tad, ja brīvu izvēli ierobežo privātas darbības, tas nenozīmē, ka obligāti ir vajadzīga valdības rīcība. Daudziem individuāliem izvēles iespēju ierobežojumiem var būt labvēlīga ietekme. Izvērtējot iespējamo valdības reakciju, jāņem vērā vairāki faktori, tostarp tas, vai patērētājiem pirms noteiktas darbības veikšanas ir pieejama plaša informācija par izmaksām saistībā ar citām iespējām, un tas, vai ir kādi pastiprinoši apstākļi, kas netieši varētu liecināt par to, ka bieži netiks ņemts vērā patērētāja lēmums.

4.4.2. Piegādātāja maiņas izmaksas

Dažos gadījumos patērētājiem var rasties ievērojamas izmaksas saistībā ar pakalpojuma sniedzēja vai preču piegādātāja maiņu. Piemēram, telesakaru uzņēmums vai dabasgāzes piegādātājs var būt noslēdzis ar klientu līgumu, kurā paredzēts, ka klients no attiecīgā uzņēmuma iegādājas precī vai pakalpojumu uz noteiktu laiku.³⁴ Dažos gadījumos uzņēmumi var pieprasīt klientam iepriekšēju samaksu par pakalpojumiem uz līguma darbības laiku vai noteikt fiksētu maksu par līguma parakstīšanu. Viens no iemesliem, kāpēc šādi noteikumi tiek pieņemti, ir klienta piesaistīšana, jo ar šādu noteikumu palīdzību tiek ierobežota klientu mobilitāte.³⁵ Ja pēc šāda līguma noslēgšanas klients vēlas pāriet pie jauna piegādātāja (piemēram, jauna tirgus dalībnieka), klients nevarēs atgūt maksu, ko ir iekasējis iepriekšējais piegādātājs. Tāpēc augstu piegādātāja maiņas izmaksu noteikšana ir izdevīga pašreizējiem tirgus dalībniekiem, samazina konkurenci un potenciāli apgrūtina ienākšanu tirgū nākotnē.³⁶

Piegādātāja maiņas izmaksu izpausmēm, kas rada būtiskas raizes, ir saistība ar nozarēm, kurās nesen ir izbeigta regulēšana, piemēram, dabasgāzes, elektroenerģijas un telesakaru nozares, kurās ir dominējoši pašreizējie tirgus dalībnieki, kuri cenšas traucēt konkurentiem, piedāvājot līgumus, kuros ir paredzētas piegādātāja maiņas izmaksas. Šīs nozares, kurās tradicionāli ir veikta regulēšana, rada ievērojamas problēmas vismaz divu iemeslu dēļ:

apbedīšanas pakalpojumu sniedzējam būtu jāpiekrīt izmantot arī tos zārkus un urnas, kas nav iegādāti no attiecīgā apbedīšanas pakalpojumu sniedzēja, un šis apbedīšanas pakalpojumu sniedzējs nevarētu iekasēt zārka izmantošanas maksu, kas neatbilstu Apbedīšanas noteikumu nolūkam. Sk. 16 C.F.R. § 453.

³⁴ Saistībā ar telesakariem sk., piemēram, ESAO (2008) "Konkurences stiprināšana telesakaru jomā – patērētāju aizsardzība un iespēju paplašināšana" [*Enhancing competition in telecommunications: protecting and empowering consumers*] DSTI/CP(2007)FINAL.

³⁵ Saistībā ar mobilajiem tālruņiem var teikt, ka šādi noteikumi ir paredzēti klientu piesaistīšanai uz pietiekami ilgu laiku, lai atgūtu izmaksas par tiem mobilajiem tālruņiem, kas reklāmas akciju laikā tiek pārdoti par ļoti zemām cenām. Šī, šķiet, ir kopīga tirgdarbības stratēģija konkurējošu mobilo sakaru nodrošinātāju vidū. Tomēr šādus noteikumus nevar izmantot saistībā ar dabasgāzes vai elektroenerģijas piegādi.

³⁶ Pols Klemperers [*Paul Klemperer*] (*New Palgrave Dictionary*) piedāvā vispārīgāku termina "piegādātāja maiņas izmaksas" definīciju: "Uz precī var attiecināt piegādātāja maiņas izmaksas, ja pircējs to iegādājas atkārtoti un konstatē, ka ir dārgi pāriet no viena pārdevēja pie otra. Piemēram, ir augstas darījuma izmaksas par konta aizvēršanu vienā bankā un tā atvēršanu pie konkurenta, var būt augstas mācību izmaksas saistībā ar datorprogrammu pakotnes maiņu, un piegādātāja maiņas izmaksas var rasties arī nelineāru cenu gadījumā, piemēram, ja aviosabiedrība iesaista pasažierus "biežo lidotāju" programmā, kuras laikā pasažieri var iegūt bezmaksas ceļojumus pēc noteikta attāluma veikšanas, izmantojot attiecīgās aviosabiedrības pakalpojumus. Piegādātāja maiņas izmaksas rodas tad, ja pircējs pēc pārdošanas iegādāsies preces vai pakalpojumus, piemēram, veiks uzpildīšanu vai remontu, un viņam būs sarežģīti sākotnējā piegādātāja vietā izvēlēties citu. Īsāk sakot, piegādātāja maiņas izmaksas rodas tad, ja klients izdara ieguldījumu attiecībā uz pašreizējo piegādātāju, un šāds ieguldījums ir jāatkārto, ja klients vēlas pāriet pie jauna piegādātāja.

- konkurentiem, lai sniegtu pakalpojumus, ir jāpieklūst pašreizējo tirgus dalībnieku cauruļvadu, pārvades vai telesakaru tīklam;
- pašreizējiem tirgus dalībniekiem pieder liela tirgus daļa, kas saglabājusies regulatīvās sistēmas dēļ.

Kā redzams dažos 10. ierāmējumā izklāstītajos piemēros, patērētājiem daudzās valstīs dažkārt rodas piegādātāja maiņas izmaksas, kas ierobežo iespēju izvēlēties citu piegādātāju.³⁷

Pašreizējo tirgus dalībnieku rīcība tādās nozarēs kā elektroenerģijas, telesakaru un dabasgāzes nozare liecina par to, ka tiem ir nosliece radīt piegādātāja maiņas izmaksas un liegt vai ierobežot jauno tirgus dalībnieku piekļuvi to tirgiem, lai saglabātu savu tirgus varu un peļņu. Valdībai var būt svarīga nozīme šo nozaru uzraudzībā, lai notiktu pāreja no regulēto monopolu vides uz vidi, kurā ir daudz aktīvāka konkurence. Risinājums ir daudzdaļīgs, un, lai palielinātu konkurenci, ir jāveic visas turpmāk minētās darbības:

- normatīvajos aktos jāparedz piekļuve pašreizējo tirgus dalībnieku tīklam. Šāda situācija ir vērojama daudzās Eiropas valstīs. ASV situācija ir daudzveidīgāka, jo Federālā sakaru komisija (2005. gada augustā) noteica to, ka pašreizējiem telesakaru tirgus dalībniekiem nav pienākuma konkurentiem nodrošināt piekļuvi tīklam. (Ir vairākas ar piekļuvi saistītas problēmas, par kurām šeit plašāk nerunāsim, proti, tās ir saistītas ar pašreizējo tirgus dalībnieku spēju mazināt piekļuvi tīklam par tad, ja tai ir jābūt brīvai. Tā ir jāuzrauga attiecīgajai regulatīvajai iestādei);

- cenai par piekļuvi tīklam ir jābūt taisnīgai un nediskriminējošai;

- klientiem ir jānodrošina iespēja mainīt piegādātāju. Piegādātāja maiņas izmaksām jābūt zemām. Piegādātāja maiņas izmaksām šajās nozarēs ir divas izteiktas daļas, un abas šīs daļas, kas minētas turpmāk, ir jāsamazina vai jāatceļ, lai piegādātāja maiņa būtu vieglāka un palielinātos konkurence:

– administratīvie šķēršļi, piemēram, konkrēts periods/datumi, kad klients var pāriet pie cita piegādātāja. Šādi šķēršļi klientiem, kuri vēlas mainīt piegādātāju, rada praktiskus sarežģījumus;

– monetāri šķēršļi, kurus rada līgumi, kas noslēgti uz konkrētu laiku, un iepriekšēji maksājumi.

Noslēgumā mēs vēlētos uzsvērt, ka kombinācija, kuru veido dominējoša pozīcija tirgū, tīkla īpašumtiesības un spēja noteikt piegādātāja maiņas izmaksas, ir visai sarežģīta problēma un ka visi minētie faktori ir jāņem vērā vienlaicīgi.

10. ierāmējums. Piegādātāja maiņas izmaksas

1. Numura saglabāšana ir klientu iespēja saglabāt savu pašreizējo tālruņa numuru, kad tiek mainīts pakalpojuma sniedzējs. Šāds pakalpojums ir obligāts Apvienotajā Karalistē kopš 1999. gada un Vācijā kopš 2002. gada. Mobilo sakaru nozarē tālruņa numura saglabāšana tiek uzskatīta par svarīgu priekšnosacījumu konkurences uzlabošanai, jo šādā veidā samazinās

³⁷ Avotā *Salies* (2006) ir atrodama īsa aptauja un atsevišķi aprēķini par izmaksām saistībā ar piegādātāju maiņu konkrētās valstīs.

piegādātāja maiņas izmaksas. Ja šādas iespējas nav, pastāv lielāka iespēja, ka klienti tiek piesaistīti pašreizējo tirgus dalībnieku tīklam. Tādējādi piegādātāja maiņas izmaksas nāk par labu pašreizējiem tirgus dalībniekiem, un tās ir acīmredzams pašreizējo pakalpojumu sniedzēju monopola varas avots. To, cik šis jautājums ir svarīgs, apliecina tas, ka tālruņa numura saglabāšanas tiesības Apvienotajā Karalistē stājās spēkā no 1999. gada un kopš 2002. gada beigām tā ir obligāta prasība arī Vācijā. Avotā *Labdgrebe* (2004) ir sniegta informācija par dažādām piegādātāja maiņas izmaksām mobilo sakaru tirgū Eiropā.

2. Pēc tam, kad tika izbeigta regulēšana daudzu valstu elektroenerģijas tirgū, piegādātāja maiņas izmaksas tiek uzskatītas par svarīgu faktoru, lai noteiktu konkurences pakāpi tirgū. Ja klienti nevar mainīt piegādātāju tādu šķēršļu un izmaksu dēļ, kurus ir radījuši pašreizējie tirgus dalībnieki, tad ir gaidāms, ka konkurence tirgū samazināsies. Ņemot to vērā, daudzās valstīs šai problēmai ir pievērsta liela uzmanība, tādējādi cenšoties vienkāršot piegādātāja maiņas procedūru un samazināt klientu izmaksas.

3. Klientu pāriešana pie cita piegādātāja ziemeļvalstīs ir ļoti dažāda, un vislielākā aktivitāte vērojama Norvēģijā, kurai seko Zviedrija, Somija un Dānija. Kā norādīts *NordREG* (2006) ziņojumā, tas, cik vienkārši ir pāriet pie cita piegādātāja, dažādās valstīs atšķiras. Zviedrijā piegādātāja maiņu var veikt tikai mēneša pirmajā dienā, un šis process var ilgt līdz pat diviem mēnešiem, ja klients to izdara kaut vai vienu dienu vēlāk. Somijā saskaņā ar pašreizējo sistēmu sadales sistēmas operatoriem ir atļauts iekasēt maksu, ja klients maina piegādātāju biežāk nekā reizi gadā. Somijā, Zviedrijā un Norvēģijā klients var noslēgt jaunu līgumu mutvārdos vai elektroniski, bet Dānijā klientam jāparaksta līgums, kas ir papīra formā. Kā norādīts pētījumā, piegādātāju maiņas šķēršļu samazināšana ir priekšnosacījums efektīvām elektroenerģijas tirgum.

4. Austrijas elektroenerģijas tirgū ir salīdzinoši zemi piegādātāju maiņas rādītāji mazo klientu segmentā (aptuveni 5 %), savukārt lielo klientu segmentā šis rādītājs ir 25 %. Piegādātāja maiņas šķēršļi, it īpaši mazajiem klientiem, ir, piemēram, neskaidra informācija par cenu, ko piegādātāji norāda elektroenerģijas rēķinos, piemēram, ja tiek norādīta viena summa, kurā ieskaitītas visas maksas, ierobežojoši līgumu noteikumi, ar kuriem klienti tiek piesaistīti uz līguma darbības laiku un atlaides lojāliem klientiem, kas mazina vēlmi mainīt piegādātāju. Līdzīgu iemeslu dēļ piegādātāja maiņa ir zema arī dabasgāzes nozarē. 2004. gada rudenī Austrijas Konkurences uzraudzības iestāde uzsāka dažu šo pasākumu izvērtēšanu.

4.4.3. Atbilstīga un noderīga informācija

Uzņēmumi izmanto dažādus reklāmas veidus un citas metodes, lai, veicot komercdarbību, sniegtu patērētājiem informāciju par savām precēm. Stabilos tirgos kā papildu informācijas avotus var izmantot dažāda veida informāciju, piemēram, iepriekšējo pieredzi saistībā ar precī, piegādātāja reputāciju, mutiski nodoto informāciju un internetā atrodamo trešo personu sagatavotos pārskatus. Ja šos mehānismus izmanto kopā, tad patērētāji parasti var efektīvi iegūt informāciju, kas tiem ir vajadzīga, lai pieņemtu atbilstošu lēmumu, kura pamatā ir informācija.

Tomēr būtisku regulatīvo reformu ietekmē var rasties situācija, kad ierastie informācijas avoti patērētājiem sākotnēji sniedz ierobežotu informāciju. Šāda iespējamība ir lielāka, ja tiek veidots tirgus tādām precēm, kuras attiecīgiem patērētājiem nav bijusi vajadzība pirkt. Piemēram, ja tiek izbeigta elektroenerģijas tirgus regulēšana, tad patērētājam ir jāizvēlas starp vairākiem piegādātājiem, kas tirgū ir jauni, un ir jāpiekrīt piedāvājumam, kuru ne viņš, ne

kāds cits patērētājs iepriekš nav novērtējis. No vienas puses, šādā gadījumā pastāv risks, ka minētajiem piegādes pakalpojumiem, kas neatbilst viņu interesēm, piekritīs daudzi patērētāji. No otras puses, informācijas trūkuma ietekmē daudzi patērētāji var izlemt palikt pie pašreizējā piegādātāja, neņemot vērā to, ka var būt pieejami citi labāki piedāvājumi.

Jebkurā gadījumā atbilstīgas informācijas trūkums var būtiski ietekmēt ieguvumus no regulatīvās reformas un, iespējams, pat apdraudēt visu regulācijas izbeigšanas procesu. Ja no patērētājiem bieži tiek saņemtas sūdzības, regulāciju var ieviest atkārtoti. Ja pārāk daudz patērētāju turpina izmantot pašreizējā piegādātāja pakalpojumus, var palēnināties efektīvas konkurences attīstība un rasties šaubas par to, vai konkrētajā tirgū ir iespējama konkurence un vai ir atkārtoti jāievieš regulācija.

Lai nodrošinātu regulācijas izbeigšanu vai citu valdības īstenotu būtisku tirgus izmaiņu veiksmīgu ieviešanu, ir lietderīgi izvērtēt iespēju paredzēt jaunu prasību, ka patērētājiem ir jāsaņem informācija, kuru var izmantot dažādu piedāvājumu salīdzināšanai.

Lai izvēlētos starp dažādām iespējām, patērētāji novērtē tiem piedāvātās preces. Ja preču ir daudz, informācija, kas patērētājiem tiek sniegta pirms iegādes, palīdzēs viņiem izvēlēties starp dažādiem piedāvājumiem.³⁸ Ja patērētājiem pieejamā informācija nav atbilstīga, pastāv lielāks risks, ka patērētājs izdarīs sliktu izvēli. Tomēr piegādātāji, kas gūst labumu no tā, ka patērētājiem trūkst informācijas, var no tā gūt peļņu un potenciāli samazināt citu piegādātāju vēlmi sniegt patērētājiem noderīgu informāciju par savām precēm.

Tas vien, ka informācija netiek sniegta, nebūt nenozīmē to, ka, paredzot prasības par informācijas sniegšanu, šī problēma tiks atrisināta. Ir rūpīgi jāapsver, vai šādu prasību dēļ neradīsies papildu problēmas, kas var būt saistītas ar negaidītām sekām vai lielākām izmaksām.

4.5. Kopsavilkums

4. sadaļā mēs diskutējam par dažādiem normatīvajiem aktiem, kurus var pieņemt valdības un profesionālās organizācijas. Īsumā izvērtējam sociālos un ekonomiskos iemeslus, kas ir šo normatīvo aktu pamatā, un pēc tam pievērsāmies galvenokārt iespējamajām konkurences problēmām, kuras šādi ierobežojumi var izraisīt. Attiecībā uz katru normatīvā akta veidu minējam dažus piemērus, kā arī sniedzām papildu informāciju, lai izceltu ierobežojumu būtību katrā kategorijā. Mēs uzsvērām, ka, apsverot tādu pastāvīgu iejaukšanos kā cenu regulēšana, ir lietderīgi pārbaudīt, vai pastāv citas iespējas, kā atrisināt klientu problēmas, piemēram, uzlabot klientiem pieejamo informāciju.

Runājot par dažāda veida ietekmi uz konkurenci saistībā ar normatīvajiem aktiem, kurus pieņēmusi valdība vai profesionālās organizācijas, izmantojam 3. sadaļā minētos jēdzienus un sistēmu. Nākamajā sadaļā izveidosim vispārēju sistēmu, kuru var izmantot, lai gūtu labāku izpratni par to, kādu ietekmi uz konkurenci rada konkrēts normatīvais akts, un 6. sadaļā aplūkosim divu posmu procesu, kuru var izmantot, lai precīzāk izvērtētu iespējamo ietekmi uz konkurenci.

³⁸ Dažu preču gadījumā attiecīgās preces kvalitāti var uzzināt tikai pēc tās patērēšanas, kā tas ir, piemēram, ar augļiem. Dažu preču vai pakalpojumu kvalitāte patērētājiem var nebūt zināma arī pēc to izmantošanas (piemēram, medicīniskā aprūpe vai juridiskā pārstāvība). Informācijas sniegšana un atklāšana var palīdzēt uzlabot patērētāja lēmuma pieņemšanu šādu preču un pakalpojumu iegādes gadījumā.

5. Normatīvo aktu ietekmes uz konkurenci vispārējā novērtēšanas sistēma

Izmantojot 3. sadaļā izklāstītos jēdzienus un sistēmu, var izveidot elastīgu un analītisku metodi, kā novērtēt dažādu 4. sadaļā minēto normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci. 3. nodaļā minētie jēdzieni un sistēma ir elastīga, jo to var izmantot, lai novērtētu dažādu normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci ļoti atšķirīgās nozarēs un tirgos. Šīs sadaļas galvenais mērķis ir izstrādāt vispārēju sistēmu, kuru amatpersonas un ekonomisti, kas darbojas tiesiskā regulējuma jomā, var izmantot, lai iegūtu pilnīgāku izpratni par problēmām, kuras ir saistītas ar konkurenci, un ar kuras palīdzību var novērtēt normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci. Pēc šajā sadaļā izklāstītās vispārējās sistēmas 6. sadaļā ir aprakstīts konkrētāks divu posmu process, kuru var izmantot normatīvo aktu novērtēšanā.

Lai uzsāktu vērtēšanas procesu, amatpersonām, ievērojot vispārēju principu, galvenokārt ir jāpievēršas trim svarīgiem aspektiem. Pirmkārt, ikviena novērtējuma sākumā ir jānosaka mērķi. Ja tas ir izdarīts, tad vēlāk būs vieglāk apsvērt un novērtēt alternatīvas, ar kurām var sasniegt attiecīgo mērķi, nosakot mazākus ierobežojumu procesiem tirgū. Piemēram:

- ja mērķis ir mazāk informētu patērētāju aizsardzība, tad viens no mērķa sasniegšanas veidiem varētu būt minimālo cenu regulēšana. Bet ir arī citas šā mērķa sasniegšanas iespējas, kuras ir vērts izvērtēt;
- atkarībā no normatīvā akta veida dažu izņēmuma noteikumu piemērošana ir neizbēgama. Tomēr ir svarīgi pēc iespējas samazināt laikposmu, uz kuru izņēmuma noteikumi tiek piemēroti, jo ilgāka aizsardzība un izņēmuma noteikumu nelabvēlīgā ietekme var nodarīt būtisku kaitējumu tirgum.

Otrkārt, daudzos tirgos var būt tādi ievērojami šķēršļi konkurencei, kas ir salīdzinoši acīmredzami. Ņemot to vērā, būtu lietderīgi uzskaitīt pastāvošos šķēršļus, kas var būt saistīti ar:

- regulatīvajiem šķēršļiem, kuri citu starpā ir saistīti ar noteikumiem par ienākšanu tirgū, izņēmuma noteikumiem, reklāmas ierobežojumiem. Neatkarīgi no noteikumiem, kas tiek piemēroti attiecīgajam tirgum, tie ir jāuzskaita un jāņem vērā to iespējamā ietekme uz konkurenci;
- lielām pieskaitāmajām izmaksām vai zaudētajām izmaksām, kuras ir saistītas ar tādiem šķēršļiem kā būtiskiem reklāmas vai pētniecības un attīstības izdevumiem, kas rodas uzņēmumam, kurš vēlas konkurēt tirgū. Piemēram, ja attiecīgā tirgus preču vai pakalpojumu dēļ ir vajadzīgi lieli kapitālieguldījumi vai rodas izdevumi saistībā ar pētniecību un attīstību, tad jebkādi jauni noteikumi, kas ietekmē tirgus izmaksu struktūru (vai nu ražošanas procesa izmaiņu dēļ, vai preču pozicionēšanas dēļ), var būtiski ietekmēt gan pašreizējos tirgus dalībniekus, gan iespējamajos jaunos tirgus dalībniekus;
- pašreizējo tirgus dalībnieku rīcību. Vai agrāk ir bijuši gadījumi, kad tirgū dominējošo uzņēmumu rīcība apgrūtināja jauno uzņēmumu un iespējamo jauno tirgus dalībnieku konkurētspēju? Piemēram, dominējošs telesakaru vai elektroenerģijas uzņēmums agrāk ir liedzis vai mazinājis piekļuvi savam tīklam.

Treškārt, ja piedāvātie noteikumi ir saistīti ar normatīvajiem aktiem par tirgus cenu, ir jāņem vērā, ka tas var ietekmēt ļoti daudzus uzņēmumu darbības aspektus. Kā minēts 4.2.4. sadaļā, cenu kontrolei, ko nosaka uzņēmumi, var būt ļoti plašas sekas, piemēram, zemāka preču

kvalitāte un mazāka daudzveidība, mazāks skaits jauno tirgus dalībnieku, sliktāka ražošanas efektivitāte un lēnāka jauno tehnoloģiju ieviešana. Ņemot to vērā, tad, ja tiek paredzēti cenas ierobežojumi, tie ir jāvērtē skeptiski, un ir rūpīgi jāizvērtē alternatīvie risinājumi, kuriem ilgtermiņā nav tik nelabvēlīga ietekme uz tirgus darbību.

Izdarot iepriekš minētos apsvērumus, laikus var gūt labāku izpratni par dažiem konkurences novērtēšanas aspektiem tādās situācijās, kad tiek piedāvāti jauni normatīvie akti. Pat tādā gadījumā, ja tiek pārskatīti pašreizējie normatīvie akti, šāds novērtējums būs noderīgs. Svarīgākais ir ņemt vērā to, ka dažādu šķēršļu kombinācija var būtiski ietekmēt konkurenci un to var arī nepamanīt, ja lielākā uzmanība tiek veltīta konkrētam šķērslim.

Pēc tam, kad ir veikts iepriekš minētais novērtējums, izmantojot turpmāk izklāstītos apsvērumus, var gūt pilnīgāku izpratni par iespējamo ietekmi uz konkurenci.

5.1. Novērtējiet ietekmi uz pašreizējiem tirgus dalībniekiem

Ir svarīgi gūt skaidru izpratni par to, kā attiecīgie noteikumi var ietekmēt dažādus uzņēmumu darbības aspektus, par to, vai šo noteikumu ietekme uz dažādiem pašreizējiem tirgus dalībniekiem var būt atšķirīga, un par to, vai šī atšķirīgā ietekme būtiski mainītu konkurentu savstarpējās attiecības, tā lai būtiski samazinātos konkurence tirgū.

- Novērtējiet izmaksas prasību izpildīšanai.

Kādas ir izmaksu sastāvdaļas?

Vai šīs izmaksas var uzskatīt par pastāvīgajām (vai vienreizējām) izmaksām vai mainīgām (vai regulārām) izmaksām?

Cik lielas ir izmaksas salīdzinājumā ar uzņēmumu gada pārdošanas ieņēmumiem?

Vai atbilde uz trešo jautājumu ir atkarīga no uzņēmuma lieluma? Vai, piemēram, tam ir nelabvēlīgāka ietekme uz maziem uzņēmumiem?

Vai atbilde uz trešo jautājumu ir atkarīga no tā, cik sen uzņēmums ir iegādājies kapitālu? Vai, piemēram, tam ir nelabvēlīgāka ietekme uz uzņēmumiem, kuriem ir vecākas ražošanas iekārtas?

- Novērtējiet attiecīgo noteikumu ietekmi uz uzņēmumu iziešanu no tirgus. Jāņem vērā, ka tad, ja no tirgus iziet liels skaits uzņēmumu, tas var samazināt konkurences intensitāti. Dažāda veida noteikumi radīs izmaksas pašreizējiem tirgus dalībniekiem.

Vai šo izmaksu dēļ uzņēmumi būs spiesti iziet no tirgus?

Kuri uzņēmumi visdrīzāk izies no tirgus?

Vai var izdarīt secinājumus par to, vai no tirgus izies mazi vai lieli uzņēmumi? Vai var izdarīt secinājumus par to, vai no tirgus izies uzņēmumi ar vecākām ražošanas iekārtām?

Gūstot izpratni par to, kādi uzņēmumi (ja tādi ir) varētu iziet no tirgus, rodas priekšstats par iespējamām izmaiņām tirgus struktūrā.

• Novērtējiet attiecīgo noteikumu ietekmi uz pašreizējo tirgus dalībnieku rīcību, kas ir vērsta pret konkurenci. Piemēram, ja attiecīgie noteikumi sekmē sadarbību un informācijas apmaiņu, tad tie var novest pie slepenas vienošanās starp tirgū esošajiem uzņēmumiem – cenu noteikšanas, daudzuma ierobežojumiem un tirgus daļu sadalīšanas. Kaut arī slepenas vienošanās atklāšana ir konkurences tiesību aizsardzības atbildības sfērā, būtu lietderīgi skaidri uzsvērt to, ka vienošanās par cenām un slepenas vienošanās ir pretlikumīgas. Visbeidzot, ja agrāk tirgū ir bijušas slepenas vienošanās, šī informācija ir jāņem vērā lēmumu pieņemšanas procesā.

5.2. Novērtējiet ietekmi uz jauno uzņēmumu ienākšanu tirgū

3. sadaļā ir aplūkoti dažādi jauno tirgus dalībnieku veidi. Būs svarīgi rast atbildes uz turpmāk uzdotajiem jautājumiem. Vai attiecīgie noteikumi ierobežo:

• jebkāda veida jauno tirgus dalībnieku ienākšanu tirgū? Piemēram, ja ir spēkā noteikumi, kas ierobežo kopējo aptieku skaitu uz 5000 cilvēku, tie attiecas uz jebkāda veida aptiekām, un šādi noteikumi ierobežo konkurenci tirgū ļoti tiešā veidā;

• konkrēta veida uzņēmumu ienākšanu tirgū (piemēram, jaunu uzņēmumu/jaunu ražotņu kategorija)? Pieņemsim, ka stājas spēkā jaunas prasības vides jomā, kuru dēļ ir vajadzīgi ievērojami kapitālizdevumi. Šajā gadījumā ir ļoti iespējams, ka šādiem noteikumiem būs lielāka ietekme uz jauniem tirgus dalībniekiem, kuri ir mazāki, nekā tiem, kuri ir lielāki. Tie visdrīzāk negatīvāk ietekmēs tos jaunus tirgus dalībniekus, kas ir jauni uzņēmumi ar jaunu ražotni, nekā tos jaunus tirgus dalībniekus, kuri paplašina savu darbību. Ietekme uz konkurenci šajā gadījumā var būt sarežģītāka. Piemēram, tā kā šādi noteikumi var novest pie tā, ka izveidojas dominējošo uzņēmumu kopums, tie var sekmēt to, ka rodas slepenas vienošanās.

Izprotot ietekmi uz ienākšanu tirgū, kā arī to, kāda ir ietekme atkarībā no jaunā tirgus dalībnieka veida, var gūt vērtīgu priekšstatu par konkurenci attiecīgajā tirgū nākotnē.

5.3. Novērtējiet ietekmi uz cenām un ražošanu

Šeit aplūkosim iespējamus veidus, kā attiecīgie noteikumi var palielināt preču un pakalpojumu cenas, kā arī ražošanu ietekmētajos tirgos.

• Noteikumos var būt paredzētas izmaksas ražotājiem. Ražošanas izmaksu pieaugums nozīmē augstākas cenas patērētājiem un mazāka ražošana uzņēmumiem. Tas notiktu, ja, piemēram, tiktu pieņemti jauni vides vai drošības standarti, kuru dēļ uzņēmumi būtu spiesti izdarīt jaunus un lielus ieguldījumus. To radītais cenu pieaugums acīmredzami nav saistīts ar darbību, kas būtu vērsta pret konkurenci. Tomēr to ir lietderīgi ņemt vērā, kad tiek vērtēts, cik lielu daļu no kopējā cenu pieauguma var veidot izmaksu palielināšanās salīdzinājumā ar iespējamo pret konkurenci vērsto darbību vai tirgus varas palielināšanos.

• Noteikumi var izraisīt to, ka no tirgus aiziet pašreizējie tirgus dalībnieki, samazinās iespējamība, ka nākotnē kāds uzņēmums ienāks tirgū, jo ienākšanai tirgū tiek radīti šķēršļi, kā arī to, ka samazinās konkurence tirgū. Tas var nozīmēt to, ka palielināsies to uzņēmumu tirgus vara, kuri paliek tirgū, un ka pieaugs cenas un samazināsies ražošana.

• Regulācija var sekmēt informācijas apmaiņu un sadarbību starp uzņēmumiem, un tas var izraisīt slepenas vienošanās. To ietekmē palielināsies cenas un samazināsies ražošana.

Šajā gadījumā ir svarīgi apzināt šos dažādos veidus un iegūt skaidras atbildes uz šādiem jautājumiem:

- Vai palielināsies cenas, par kādām preces pārēk patērētāji?
- Ja atbilde ir apstiprinoša, tad kādiem faktoriem būs vislielākā ietekme uz cenas pieaugumu?

Vai palielināsies ražošanas izmaksas?

Vai palielināsies tirgus vara?

Kāda ir iespējamība veikt pret konkurenci vērstas darbības?

Kaut arī šajā gadījumā galvenais jautājums ir par to, vai tirgū samazināsies konkurence (piemēram, tāpēc, ka tirgū būs mazāks uzņēmumu skaits), ir svarīgi saprast, ka dažādiem normatīvajiem aktiem var būt kompleksa ietekme. Piemēram, jaunu vides standartu gadījumā ir salīdzinoši viegli saprast, ka cenas var palielināties, jo uzņēmumiem ir jāizdara lieli ieguldījumi, lai izpildītu jaunus standartus. Tomēr, kā jau rakstijām iepriekš, pastāv iespēja, ka jauno standartu dēļ no tirgus aiziet vairāki uzņēmumi un tirgū ienāk mazāk jaunu uzņēmumu, un tas var palielināt pašreizējo tirgus dalībnieku tirgus varu. Šajā ziņā augstākiem vides standartiem ir tieša ar izmaksām saistīta ietekme uz cenu pieaugumu, kā arī, iespējams, netieša ietekme uz cenu pieaugumu nākotnē, jo to var ietekmēt tirgus vara, kas palielinājās mazākas konkurences dēļ. Izvērtējot regulatīvos priekšlikumus, ir jāņem vērā šāda iespējama sarežģīta ietekme un jācenšas izprast ar to saistītās problēmas.

5.4. Novērtējiet ietekmi uz preču un pakalpojumu kvalitāti un daudzveidību

Plašākā līmenī jebkāda regulācija, kas samazina tirgū pieejamo preču kvalitāti un daudzveidību, ir nelabvēlīga patērētāju labklājībai, ja vien nav runa par konkrētiem gadījumiem, kad tiek ieviesti minimālie preču standarti, lai samazinātu risku, kas saistīts ar attiecīgās preces lietošanu. Amatpersonām būs jānovērtē, vai tam būs negatīva ietekme uz kvalitāti un daudzveidību, un, ja atbilde ir apstiprinoša, būs jānosaka, vai tā atbilst tā sauktajai “sabiedriskā labuma” pārbaudei. Kvalitāti un daudzveidību var ietekmēt ar dažādiem mehānismiem, piemēram:

- Daudzveidību tirgū samazinās noteikumi, ar kuriem nosaka minimālos kvalitātes standartus. Kaut arī šādā veidā palielināsies vidējā kvalitāte, šis kvalitātes pieaugums atspoguļosies tirgus cenās, ko maksā patērētāji. Labklājība samazināsies to patērētāju segmentā, kuri, piemēram, izvēlas zemākas cenas un zemākas kvalitātes preces.
- Ja tirgū ir dažādas preces, tad noteikumi, kuru dēļ uzņēmumi iziet no tirgus, visdrīzāk samazinās preču daudzveidību.
- Ja ar noteikumiem tiek radīti šķēršļi ienākšanai tirgū, tad tirgus negūst labumu no daudzveidības palielināšanas nākotnē, kas būtu iespējama, ja ienākšana tirgū būtu vieglāka.

Kopumā tirgum ar mazāku daudzveidību un zemāku kvalitāti var būt ļoti negatīva ietekme uz patērētāju labklājību. Šādas nelabvēlīgas ietekmes iemeslam ir jābūt ļoti rūpīgi izsvērtiem svarīgiem sociālekonomiskiem mērķiem, kas ir regulācijas pamatā.

5.5. Novērtējiet ietekmi uz inovāciju

Lai izprastu ietekmi uz uzņēmumu darbības efektivitāti un inovāciju, ir jāņem vērā viens vispārējs noteikums.

- Ja regulācija rada šķēršļus ienākšanai tirgū un izraisa pašreizējo tirgus dalībnieku aiziešanu no tirgus, tad ir liela iespējamība, ka šā iemesla dēļ samazināsies konkurence tirgū. Mazāka konkurence var veicināt to, ka pašreizējie tirgus dalībnieki sāk darboties neefektīvāk, un mazināt šo uzņēmumi vēlmi būt inovatīviem. Kā minēts iepriekš, šāda ietekme var būt dažādiem normatīvajiem aktiem. Piemēram:

- izņēmuma noteikumi, kas nodrošina būtisku un ilgu aizsardzību pašreizējiem tirgus dalībniekiem, var samazināt jaunu uzņēmumu ienākšanu tirgū un veicināt neefektīvas ražošanas prakses saglabāšanos;

- reklāmas aizliegumi var izveidot tirgu, kurā ir mazāka konkurence, un tās dēļ zūd stimulējošs efekts būt inovatīvam un darboties rentablāk;

- ierobežojumi saistībā ar preču un pakalpojumu plūsmu starp dažādiem reģioniem var samazināt konkurenci reģionos un sekmēt neefektīvas ražošanas struktūras.

Vēl viens svarīgs jautājums ir regulācijas radītās izmaksas. Ja izmaksas ir ievērojamas, tās var negatīvi ietekmēt uzņēmumu pētniecības un attīstības izdevumus un inovatīvās darbības, jo uzņēmumi inovatīvu darbību vietā resursus var izmantot regulatīvo standartu izpildīšanai.

5.6. Novērtējiet ietekmi uz tirgus izaugsmi

- Nelabvēlīgu ietekmi uz izaugsmi var izraisīt galvenokārt divi normatīvo aktu aspekti:

- ja normatīvie akti paredz augstas izmaksas pašreizējiem tirgus dalībniekiem un iespējamajiem jaunajiem tirgus dalībniekiem;

- ja normatīvo aktu dēļ rodas šķēršļi ienākšanai tirgū un tāpēc mazinās konkurence.

Tirgus izaugsmes problēmas var izvērtēt, aplūkojot ražošanas un tirdzniecības izaugsmi, kā arī jaunos kapitālieguldījumus saistībā ar uzņēmumu, iekārtām un aprīkojumu. Šo aspektu analīze ir tieši saistīta ar iepriekš minētajām raizēm par ienākšanu tirgū un iziešanu no tā.

5.7. Novērtējiet ietekmi uz saistītajiem tirgiem

Ir svarīgi saprast, ka normatīvie akti ne tikai var tieši ietekmēt aplūkojamo tirgu, bet tie var ietekmēt arī iepriekšējos un nākamajos tirgus posmus. Piemēram, pieņemsim, ka tiek noteiktas prasības samazināt automobiļu emisiju daudzumu un, lai izpildītu jaunus standartus, palielinās autoražotāju ražošanas izmaksas. Kaut arī šādām prasībām būs acīmredzama tieša ietekme uz ražošanu un cenām autobūves nozarē, tās netieši ietekmēs arī daudzveidību tādos tirgos, kuros darbojas automobiļu tirgotāji, tādi piegādātāji kā gumijas, tērauda un elektronisko ierīču piegādātāji u. c. tirgos. Turklāt šādas prasības ietekmēs arī naftas rūpniecības nozari, jo, lai izpildītu jaunus emisiju standartus, var būt vajadzīgas jaunas piedevas benzīnam un izmaiņas pārstrādes procesā. Ja netiek ņemta vērā ietekme uz iepriekšējiem vai nākamajiem tirgus

posmiem (vai visu “piegādes ķēdi”), tad noteiktos apstākļos novērtētā nelabvēlīgā ietekme uz konkurenci un labklājību var būt ievērojami mazāka nekā patiesā ietekme.³⁹

Lai atbilstīgi novērtētu normatīvo aktu ietekmi, ir jānovērtē to ietekme uz visiem tirgiem (gan iepriekšējiem, gan nākamajiem tirgus posmiem). Šo procedūru var iedalīt divos posmos.

- Tiek veikts iepriekšējs novērtējums, lai noteiktu tirgus, kurus attiecīgie noteikumi var ietekmēt, un uzzinātu, vai ir iespējama būtiska ietekme uz konkurenci iepriekšējos un nākamajos tirgus posmos.
- Ja pēc minētā novērtējuma var secināt, ka ir iespējama būtiska ietekme, tad, lai konkurences novērtējums būtu pilnīgs, saistībā ar katru ietekmēto tirgu būs jāizvērtē 5.1.–5.6. sadaļā minētie jautājumi.

5.8. Kopsavilkums par attiecīgā normatīvā akta ietekmi

Kopsavilkumā ir jāuzsver secinājumi par ietekmi uz primāro tirgu:

- cena un ražošana;
- preču un pakalpojumu daudzveidība un kvalitāte;
- efektivitāte;
- inovācija.

Tāpat jāuzsver secinājumi par ietekmi uz saistītajiem tirgiem (iepriekšējie un nākamie tirgus posmi). Saistīto tirgu novērtējumu veic tikai tad, ja tiek konstatēta būtiska negatīva ietekme uz konkurenci primārajā tirgū, ņemot vērā 5.7. sadaļā izklāstīto procedūru. Tāpat kā primārā tirgus gadījumā arī šajā kopsavilkumā ir jānorāda ietekme uz:

- cenu un ražošanu;
- preču un pakalpojumu daudzveidību un kvalitāti;
- efektivitāti;
- inovāciju.

5.9. Piedāvātā normatīvā akta alternatīvas ar mazākiem brīvā tirgus ierobežojumiem

Daudzos gadījumos normatīvos aktus var pārstrukturēt, lai samazinātu kaitējumu konkurencei. Kaut arī saistībā ar dažiem ierobežojumu veidiem var panākt plašu vienošanos

³⁹ Pastāv arī citi veidi, kā aplūkot saistību starp vairākiem tirgiem. Piemēram, divas preces var nebūt pilnīgi vienādas un uz tām var attiekties dažādas regulatīvās struktūras, bet tās var konkurēt vienā pircēju apakškopā. Stingrāki noteikumi vienā jomā var dot mākslīgas konkurences priekšrocības citā jomā. Kā piemēru var minēt ātrgaitas motorlaivas un privātos peldlīdzekļus Kanādā. Privātie peldlīdzekļi tiek regulēti pavisam citādi nekā ātrgaitas motorlaivas, kaut arī tie abi atsevišķai lietotāju kopai ir tuvi aizstājēji. Kā vēl vienu piemēru var minēt Kanādas normatīvos aktus, kuri attiecas uz nekustamo īpašumu un kuros ir paredzētas prasības par dažādu pakalpojumu apkopšanu, kas galvenokārt ir noteiktas tāpēc, ka likumdevējs neapzinājās to, ka pakalpojumus faktiski var arī neapkopot.

par alternatīvu veidiem, ir citi gadījumi, kad šie jautājumi ir sarežģītāki un katrs no tiem būs jāizvērtē atsevišķi. Aplūkosim dažus hipotētiskus piemērus.

1. Ierobežojums ir visas reklāmas aizliegums. Izņemot dažas preces, piemēram, tabaku un alkoholu, reklāmas ierobežojumi ir jāvērtē ļoti skeptiski. Iespējamās alternatīvas:

a) atcelt visus reklāmas ierobežojumus;

b) atļaut nesalīdzinošu reklāmu;

c) atļaut visu nesalīdzinošo un salīdzinošo reklāmu, nosakot, ka salīdzinošajā reklāma izteiktajiem apgalvojumiem ir jābūt apstiprinātiem;

d) atļaut jebkāda veida reklāmu, bet paredzēt standartus, kas nav nepareizi vai maldinoši.

Visbiežāk c) vai d) variants varētu būt vispiemērotākais.

2. Izvērtēšanai tiek piedāvāts normatīvais akts: jaunu standartu kopums par emisijām vidē un izņēmuma noteikumu piemērošana visiem pašreizējiem tirgus dalībniekiem uz desmit gadiem. Šādā gadījumā jaunie emisiju standarti ir jāņem vērā tad, kad tiek novērtēta ietekme uz konkurenci. Iespējamās alternatīvas (vairāk informācijas par minētajām iespējām skatīt 4.2.3. sadaļā par izņēmuma noteikumiem):

a) attiecīgajā gadījumā izņēmuma noteikumu piemērošana nav jāapsver;

b) pastāv iespēja piemērot izņēmuma noteikumus visiem pašreizējiem tirgus dalībniekiem, bet samazināt to spēkā esamības laiku;

c) izņēmuma noteikumus var piemērot atkarībā no tā, cik sen ir iegādāts uzņēmuma kapitāls. Šo nosacījumu par kapitālu var saistīt ar izņēmuma noteikumu piemērošanas ilgumu:

i) īsāks izņēmuma noteikumu spēkā esamības termiņš uzņēmumiem ar “vecāku” kapitālu,

ii) ilgāks izņēmuma noteikumu spēkā esamības termiņš uzņēmumiem ar salīdzinoši nesen iegādātu kapitālu;

d) atšķirīgi izņēmuma noteikumu piemērošanas termiņi lieliem un maziem uzņēmumiem.

Kā alternatīvu piedāvātajiem izņēmuma noteikumiem var izmantot dažādus šo noteikumu piemērošanas termiņus, kā arī var paredzēt, ka šis termiņš ir atkarīgs no konkrētiem nosacījumiem, piemēram, kapitāla “vecuma” un uzņēmuma lieluma.

Lai noslēgtu šo novērtējuma posmu, ir jānosaka alternatīvās iespējas, kā piedāvātos noteikumus strukturēt. Attiecībā uz katru piedāvāto alternatīvu:

- jānovērtē ietekme uz konkurenci;

- jāsalīdzina alternatīvas saistībā ar ietekmi uz konkurenci;

- jāsarindo šīs iespējas, par mērķi nosakot maksimāla labuma gūšanu un vienlaicīgu minimālu ierobežojumu paredzēšanu.

Šīs sadaļas noslēgumā uzsvērsim kādu svarīgu jautājumu. Daudzu normatīvo aktu gadījumā problēmas sagādā tas, ka, lai gan tie var dot labumu noteiktā laikā un situācijā, tomēr to piemērošana var būt pārāk ilga un tie var kļūt aizsargājoši. Šāda situācija, piemēram, daudzās valstīs ir vērojama saistībā ar aptiekām, dažādiem noteikumiem par mazumtirdzniecības veikalu darbību un saistībā ar profesionālajām organizācijām. Šāda problēma pastāv saistībā ar citiem regulatīvajiem lēmumiem, piemēram, izņēmuma noteikumiem, jo, piedāvājot ilgstoši piemērot izņēmuma noteikumus, var būtiski izkropļot tirgu un nodarīt kaitējumu konkurencei. Kopumā valdībai, strukturējot normatīvos aktus, ir svarīgi saprast, ka “laiks” ir svarīgs lielums, un tam ir jāvelta atbilstīga uzmanība. Ja iespējams, normatīvā akta spēkā esamības termiņš ir jāpielāgo konkrētajām vajadzībām, un tas nedrīkst būt ilgāks.

6. Novērtēšanas posmi

Ietekme uz konkurenci ir jānovērtē divos posmos. Pirmajā posmā veic sākotnējo novērtēšanu, kuru var pabeigt saprātīgā termiņā, lai aptvertu iespējamās konkurences problēmas. Ja tiek konstatēts, ka pastāv iespēja, ka konkurencei var tikt nodarīts būtisks kaitējums, ir jāveic sīkāka otrā posma novērtēšana. Ja, veicot otrā posma novērtēšanu, tiek konstatēts, ka ietekmes uz konkurenci apmērs ir liels, var rasties nepieciešamība, lai valsts aģentūras veiktā analīze tiek neatkarīgi izvērtēta, kā arī tiek izveidota sadarbība ar attiecīgās valsts konkurences uzraudzības iestādi.

6.1. Sākotnējā novērtēšana

Šajā posmā veic sākotnējo novērtēšanu, lai apzinātu, kāds var būt iespējamais kaitējums konkurencei. Sākotnējā novērtēšanā galveno uzmanību velta primārajam aplūkojamam tirgum. Šajā posmā nav jānovērtē iespējamais kaitējums konkurencei saistītajos tirgos (iepriekšējos un nākamajos tirgus posmos, kā minēts 5.7. sadaļā). Sākotnējā novērtēšanā padziļināta datu izmantošana un to analīze netiek gaidīta.

Lai veiktu sākotnējo novērtēšanu, amatpersona var izmantot konkurences kontrolsarakstu, kas atrodams saistītās publikācijas “Konkurences novērtēšanas principi” 1. nodaļā un tādējādi izvērtēt, vai regulatīvajam priekšlikumam var būt būtiska nelabvēlīga ietekme uz konkurenci. Konkurences kontrolsaraksts piedāvā vairākus vienkāršus jautājumus, ar kuru palīdzību var pārbaudīt, vai ir iespējama negatīva ietekme uz konkurenci, un tam nav vajadzīgas padziļinātas zināšanas par attiecīgo nozari. Kā norādīts kontrolsarakstā, daudzus noteikumus neuzskata par tādiem, kas varētu radīt nopietnas konkurences problēmas.

Novērtēšanas mērķis ir pārbaudīt dažādus normatīvos aktus, lai iegūtu sākotnējo priekšstatu par iespējamo kaitējumu konkurencei. Ja uz kādu jautājumu minētajā konkurences kontrolsarakstā atbilde ir apstiprinoša, tad ir pamats veikt sīkāku attiecīgā normatīvā akta izvērtēšanu, jo šāda atbilde liecina par iespējamu būtisku ietekmi uz konkurenci. Šādā gadījumā veic pilnīgu novērtēšanu, kā norādīts 6.2. sadaļā.

Daudzi normatīvie akti nereti ir sarežģīti struktūras ziņā (piem., izņēmuma noteikumi un noteikumi par saturu un standartiem), un būs jāveic rūpīga izvērtēšana, lai noteiktu iespējamo kaitējumu konkurencei. Tomēr ir daži normatīvie akti, kuru gadījumā ir vieglāk pierādīt to negatīvo ietekmi uz konkurenci, izņemot gadījumu, kad to piemērošana neapšaubāmi ir sabiedrības interesēs. Tad ir pamats veikt rūpīgu izvērtēšanu, un var būt runa par šādiem gadījumiem:

- Reklāma. Galvenokārt uzmanība jāvelta tam, lai ierobežotu maldinošu vai nepatiesu reklāmu. Turklāt alkoholisko dzērienu un tabakas izstrādājumu reklāmas ierobežošanas pamatā var būt sabiedrības intereses, kas, piemēram, var būt saistītas ar veselību un nepilngadīgo personu patēriņu. Ja nav runa par šādiem apsvērumiem, tad reklāmas ierobežojumi ir jāuztver ļoti skeptiski.
- Atbrīvošana no konkurences tiesību piemērošanas. Pilnīga vai daļēja atbrīvojumu piemērošana potenciāli konkurētspējīgās nozarēs vai konkrētiem uzņēmumiem ir jāizbeidz. Sabiedrības intereses kā pamatojums attiecībā uz šādiem atbrīvojumiem bieži vien nav pārrēdzams.
- Tieši ierobežojumi ienākšanai tirgū ir jāuztver skeptiski, ja vien to pamatā nav neapšaubāmas sabiedrības intereses.

Turklāt, ja šāda piedāvājuma dēļ ir jāierobežo preču un pakalpojumu cenas, tad šis piedāvājums ir rūpīgi jāizvērtē, jo tam var būt plaša, nelabvēlīga ietekme uz tirgus darbību ilgtermiņā. Kā minējām 4.2.4. sadaļā, ja vien iespējams, no cenas ierobežošanas ir jāizvairās.

6.2. Pilnīga izvērtēšana

Pilnīga izvērtēšana ir jāveic tad, ja sākotnējā izvērtēšanā tiek konstatēts, ka attiecīgajam normatīvajam aktam var būt nelabvēlīga ietekme uz konkurenci. Viens no aspektiem, kas ir jāanalizē padziļināti, ir izmaksas.

Bieži saistībā ar daudziem normatīvajiem aktiem tiek apgalvots, ka to dēļ tirgus dalībniekiem tiek radītas izmaksas. Izmaksas, ko pašreizējiem tirgus dalībniekiem un jauniem tirgus dalībniekiem rada attiecīgais normatīvais akts, ir būtiska problēma, un to parasti aplūko sīkāk, veicot regulatīvo novērtējumu standartveida ieguvumu un izmaksu analīzi. Satura un standartu noteikšana, izņēmuma noteikumi, piegādātāja maiņas izmaksas, preču pozicionēšana u. c. noteikumi var uzņēmumiem radīt ievērojamas izmaksas. Svarīgi ir tas, ka izmaksas var būt ievērojamas un asimetriskas. Piemēram, negatīvo ietekmi vairāk var izjust mazie uzņēmumi, ja jauno kvalitātes vai vides standartu dēļ uzņēmumi ir spiesti veikt ievērojamus jaunus ieguldījumus vai ja tiem rodas pētniecības un attīstības izmaksas, vai ja ietekme ir atkarīga no tā, cik sen ir iegādāts uzņēmuma kapitāls. Ja uzņēmums kapitālu ir iegādājies nesen, pieņemot, ka iepriekšējie noteikumi paliks spēkā, tad šī uzņēmuma izmaksas saistībā ar jauno noteikumu izpildīšanu būs daudz lielākas salīdzinājumā ar cita tāda uzņēmuma izmaksām, kurš kapitālu, kas drīzumā būtu jāaizstāj, ir iegādājies salīdzinoši sen. Tādējādi attiecībā uz daudziem normatīviem aktiem, vērtējot to ietekmi uz konkurenci, ir ļoti svarīgi novērtēt attiecīgā normatīvā akta radītās izmaksas. Šajā saistībā pastāv sinerģija starp standarta regulatīvo novērtēšanas procesu un konkurences novērtējumu, jo arī standarta ieguvumu un izmaksu regulatīvajā novērtēšanā ir jāvērtē izmaksas, kuras var radīt attiecīgie normatīvie akti. Datus un informāciju, kas iegūta regulatīvajā novērtēšanā, var izmantot, lai novērtētu radītās izmaksas, kā arī to, vai šīs izmaksas var būt asimetriskas.

Dažos gadījumos veikt izmaksu novērtēšanu būs salīdzinoši vieglāk, bet citos radīsies būtiskas problēmas. Piemēram, ja jaunās vides prasības elektroenerģiju ražojošajiem uzņēmumiem nozīmēs to, ka ir vajadzīgi jauni kapitālieguldījumi iekārtās, piemēram, filtru iegāde, tad izmaksu novērtēšana ir viegla. Citkārt, piemēram, ja tiek regulēts ražojumu saturs vai standarti, kuru dēļ uzņēmumiem, iespējams, ir jāiegulda līdzekļi pētniecībā un attīstībā, izmaksu aprēķināšana var būt sarežģītāka. Lai novērtētu izmaksu apmēru un to, vai ietekme ir atkarīgā no uzņēmuma veida vai kapitāla veida, novērtēšana katrā gadījumā ir jāveic atsevišķi. Ir skaidrs, ka šāda novērtēšana var būt ļoti svarīga, lai novērtētu normatīvā akta ietekmi uz ienākšanu tirgū, iziešanu no tā un uz konkurenci tirgū nākotnē.

Novērtējiet, vai normatīvais akts var:

1. radīt šķēršļus jaunu uzņēmumu ienākšanai tirgū.

Acīmredzams piemērs ir noteikumi, kas ierobežo ienākšanu tirgū vai rada šķēršļus preču un pakalpojumu plūsmai. Šajā kategorijā var minēt arī noteikumus (kuri ienākšanu tirgū ierobežo netieši), ar kuriem nosaka saturu un standartus, paredz izņēmuma noteikumus, piešķir vai pagarina ekskluzīvās tiesības, paredz piegādātāja maiņas izmaksas un veic preču pozicionēšanu.

2. piespiest noteikta veida pašreizējos tirgus dalībniekus (piem., mazos uzņēmumus) iziet no tirgus.

Šajā kategorijā būtu jaunu standartu un satura noteikšana, izņēmuma noteikumu paredzēšana, ekskluzīvo tiesību piešķiršana vai pagarināšana, piegādātāja maiņas izmaksas, jauni (tieši vai netieši) noteikumi par preču un pakalpojumu plūsmu vietējā vai reģionālā tirgū, kā arī preču pozicionēšana.

3. preču un pakalpojumu cenu pieaugums.

Secinājumi par šo punktu daļēji būs atkarīgi no secinājumiem 1. un 2. punktā. Piemēram, ja konkrēts ierobežojums var samazināt ienākšanu tirgū vai piespiest uzņēmumus iziet no tā, tad pastāv iespēja, ka tāpēc var palielināties cenas. Turklāt pastāv iespēja, ka cenas var palielināties arī tad, ja ir noteikti reklāmas ierobežojumi, ja darbojas mehānismi, kas nodrošina lielāku sadarbību starp uzņēmumiem, un to dēļ tiek slēgtas slepenas vienošanās, kā arī tad, ja pašregulācijas mehānismu dēļ notiek cenu saskaņošana un rodas slepenas vienošanās un ja nozarēm vai konkrētiem uzņēmumiem tiek piemēroti daļēji vai pilnīgi atbrīvojumi no konkurences tiesību piemērošanas.

4. samazināt preču daudzveidību.

Saistībā ar 4. punktu secinājumi daļēji būs atkarīgi no secinājumiem 1. un 2. punktā. Piemēram, ja konkrēts normatīvais akts var samazināt konkurenci, samazinot ienākšanu tirgū vai piespiežot uzņēmumus iziet no tā, pastāv iespēja, ka tirgū var samazināties preču daudzveidība.

5. būtiski palielināt koncentrāciju konkrētajā tirgū.

Sīkāks apraksts par konkrēto (ietekmēto) tirgu un novērtējums par iespējamo koncentrācijas pieaugumu varētu būt noderīgs, lai novērtētu, kāda ir iespējamība, ka var veikt pret konkurenci vērstas darbības. 3. sadaļā bija runa par jautājumiem, kas ir saistīti ar tirgus

noteikšanu un tirgus koncentrāciju, un A pielikumā ir izklāstīti jautājumi par novērtēšanu. Kā jau šajā dokumentā ir norādīts iepriekš, ir svarīgi ņemt vērā – lai gan koncentrācijas dati ir noderīgs analīzes uzsākšanas sākumpunkts, tirgus varas novērtēšanā tomēr būs jāņem vērā arī problēmas, kas ir saistītas ar šķēršļiem ienākšanai tirgū, un pašreizējo tirgus dalībnieku darbības saistībā ar konkurenci. Piemēram, augsta koncentrācija konkrētajā tirgū un lieli šķēršļi ienākšanai tirgū nozīmēs to, ka būtiski pieaug tirgus varas iespējamība.

6. samazināt inovāciju.

Vispārēji norādījumi šajā saistībā ir izklāstīti 5. sadaļā. Tajā bija runa par to, ka ir jānovērtē ienākšana tirgū un iziešana no tā, kā arī izmaksas, ko attiecīgie noteikumi rada uzņēmumiem. Ja noteikumi visdrīzāk var samazināt konkurenci tirgū, tad tāpēc var samazināties arī inovācija. Tāpat, ja regulatīvo prasību izpildīšanai ir vajadzīgas lielas izmaksas, tad uzņēmumi var būt spiesti novirzīt inovācijām izmantotos resursus, lai izpildītu regulatīvos mērķus.

7. ietekmēt iepriekšējos un nākamos tirgus posmus.

Šis jautājums ir apspriests 5.7. sadaļā. Ietekmi uz saistītajiem tirgiem var novērtēt divos posmos, tāpat kā tas tika darīts saistībā ar primāro tirgu.

6.3. Piedāvātās alternatīvas

Kā minēts 5. sadaļā, būs jāizklāsta alternatīvas piedāvātajiem noteikumiem un jānovērtē to ietekme uz konkurenci.

7. Secinājumi

Svarīgu ekonomisko mērķu sasniegšanai var palīdzēt tas, ja, novērtējot normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci tirgū, tiek ņemti vērā vispārējie sociālie un ekonomiskie mērķi. Ekonomika attīstās, ja tirgos ir salīdzinoši liela konkurence, jo tādējādi uzņēmumi ir spiesti būt efektīvāki un inovatīvi. Ilgtermiņā tas var dot ievērojamu labumu valsts ekonomikai, jo uzlabojas resursu sadalījums, pazeminās cenas, uzlabojas konkurētspēja salīdzinājumā ar tirdzniecības partneriem un palielinās ekonomiskā izaugsme un labklājība. Tradicionāli, izstrādājot normatīvos aktus, valdības parasti nepievērsa vairāk uzmanības tam, kāda ietekme attiecīgajiem noteikumiem ir uz konkurenci tirgū. Kaut arī tāpēc, ka pastāv ietekme uz konkurenci, nevar mainīt vēlamos sociālos un ekonomiskos mērķus, kas ir attiecīgo noteikumu pamatā, aizvien biežāk tiek atzīts, ka šādas nelabvēlīgas ietekmes samazināšana līdz minimumam var dot ievērojamu labumu. Pēdējā laikā daudzu valstu valdības ir uzsākušas veikt pasākumus, lai novērtētu dažādu normatīvo aktu priekšrocības un trūkumus un tādējādi samazinātu kaitējumu ekonomikas izaugsmei un labklājībai.

Kaut arī iniciatīvas, kuru mērķis ir uzlabot normatīvo aktu efektivitāti, kļūst aizvien redzamākas, tomēr ir salīdzinoši maz norādījumu par to, kā novērtēt dažādu normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci. Šim dokumentam ir būtiska nozīme šā trūkuma novēršanā.

Šajā dokumentā ir izmantoti jēdzieni un sistēma, kuru lieto konkurences tiesību piemērošanā, lai gūtu izpratni par svarīgākajiem konkurences jautājumiem. Dokumentā ir aplūkoti dažādu veidu normatīvie akti, kuri var nepamatoti ierobežot konkurenci, un izklāstīta vispārēja ietekmes uz konkurenci novērtēšanas sistēma, ko var izmantot regulatori un amatpersonas.

Aplūkojot dažādu veidu noteikumus, šajā dokumentā ir sniegts ieskats tajā, kā rast dažādus risinājumus, lai novērtētu ietekmi uz konkurenci un pēc iespējas samazinātu negatīvās sekas.

Norādījumi šajā dokumentā ir paredzēti tam, lai amatpersonas, kuras cenšas novērtēt normatīvo aktu un citu valdības un profesionālo organizāciju darbību ietekmi uz tirgu, gūtu priekšstatu par konkurences jautājumiem. No vienas puses, pieeju, kas izklāstīta šajā dokumentā, iespējams, var izmantot kā daļu no plašāka regulatīvā novērtēšanas procesa. Šādā gadījumā jāņem vērā tas, ka sīkāku konkurences novērtējumu ir pamats veikt tikai tad, ja ir konstatēta potenciāli būtiska nelabvēlīga ietekme uz konkurences nosacījumiem. No otras puses, šajā dokumentā piedāvāto pieeju politikas veidotāji var izmantot arī vienkārši tādēļ, lai varētu pilnīgāk izvērtēt dažādu normatīvo aktu un norādījumu ietekmi uz konkurenci. Kopumā šajā dokumentā izklāstītā konkurences novērtēšanas sistēma visdrīzāk palīdzēs amatpersonām pilnveidot zināšanas par konkurences tiesību piemērošanas jēdzieniem un rīkiem un tos izmantot, lai novērtētu normatīvo aktu ietekmi.

Konkurences novērtējumi, kuros galvenā uzmanība veltīta tam, lai izvērtētu valdības politikas, kā arī profesionālo organizāciju pieņemto noteikumu un ierobežojumu ietekmi uz tirgu, var būt vērtīgs ieguldījums normatīvo aktu efektivitātes palielināšanā, kā arī sekmēt uzlabojumus patērētāju labklājībā un veicināt ekonomikas izaugsmi.

Bibliogrāfija

Annan, Richard "Merger Remedies in Canada," *Annual Competition Law Conference, Canadian Bar Association, Québec, November 4, 2005.*
<http://www.competitionbureau.gc.ca/internet/index.cfm?itemID=2134&l g=e>

Ascher, Bernard. "Toward a borderless market for professional services." *American Antitrust Institute*, 2004.

Becker, Randy, and Vernon Henderson. "Effects of Air Quality Regulation on Polluting Industries," *Journal of Political Economy* 108, 2000.

Bhattacharjea, Aditya. "India's Competition Policy: An Assessment," *Working paper*, 2003. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=440080>

Bresnahan, T., P. Reiss. "Entry and Competition in Concentrated Markets," *Journal of Political Economy* 99, 1991, 977-1009.

Bush, Nathan. "Chinese Competition Policy: It Takes More than a Law," *China Business Review*, 2006.

Camerer, Colin, Samuel Isaaccharoff, George Lowenstein, Ted O'Donoghue, and Matthew Rabin, "Regulation for Conservatives: Behavioral Economics and the Case for 'Assymmetric Paternalism'" *University of Pennsylvania Law Review* 151, Jan 3 2003, 1211.-1254. lpp.

Cassidy, B. "Can Australian and US Competition Policies be Harmonized?" *Speech, Australian Competition and Consumer Commission*, 2001.

Cavaliere, Alberto, Fabio Frontoso Silvestri and Giorgio Tanasso. "Voluntary Agreements as Information Sharing Devices: Competition, Environmental Regulation and Welfare," *Working paper, Università di Pavia, (September) 2001.*

Caves, Richard. "Industrial Organization and New Findings on the Turnover and Mobility of Firms," *Journal of Economic Literature*, 1998, 1947-1982.

Clyde, P.S. and J.D. Reitzes. "The Effectiveness of Collusion under Antitrust Immunity: The Case of Liner Shipping Conferences." *United States Federal Trade Commission, Bureau of Economics Staff Report*, December, 1995.

Czech Business Weekly. "Beer Spat Brewing in E.U.," January 2006.

Deighton-Smith, R., Harris, B. and Pearson, K. "Reforming the Regulation of the Professions," *National Competition Council Staff Discussion Paper, AusInfo, Canberra*, 2001.

DGXV Report. "The Role, Position and Liability of the Statutory Auditor in the European Union," *European Commission*, 1996.

Djankov, S., La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Schleifer, A. "The Regulation of Entry," *Quarterly Journal of Economics* 117, 2002, 1.-37. lpp.

Dunne, Timothy, Mark Roberts and Larry Samuelson. "Patterns of Firm Entry and Exit in U.S. Manufacturing," *RAND Journal of Economics* 19, 1988, 495.–515. lpp.

Eekhoff, J. (Ed.). *Competition Policy in Europe*. Springer, 2004.

Ennis, Sean F. "Competition and price dispersion in international longdistance calling," *Journal of Regulatory Economics* 29, 2006, 303.–317. lpp.

Fazzari, Stephen, R. Glenn Hubbard, and Bruce Peterson, „Financing Constraints and Corporate Investment”, *Brookings Papers on Economic Activity* 1, 1988, 141.–195. lpp.

Financial Times (April, 14), 2006. "GM Products Approved as Brussels Overhauls Food Safety Body."

FTC, "The Strength of Competition in the Sale of Rx Contact Lenses: An FTC Study," *Federal Trade Commission*, February 2005.

Gabaix, X., D. Laibson and H. Li, "Extreme Value Theory and the Effects of 27 Competition on Profits" *Working Paper* March 2005.

Ghosal, Vivek. "Competition in International Postal Markets: Should the Universal Postal Union's Anti-Remail Provisions be Repealed?" *World Competition Law and Economics Review*, 2002, 205.–222. lpp.

Ghosal, Vivek. "Regime Shift in Antitrust," *Working Paper*, Georgia Institute of Technology, 2006.

Ghosal, Vivek. "Discovering Cartels: Dynamic Interrelationships between Civil and Criminal Antitrust Investigations," *Journal of Competition Law and Economics*, 2007.

Glaeser, Edward, and Andrei Schleifer. "A Case for Quantity Regulation," *National Bureau of Economic Research, Working Paper No. 8184*, 2001.

Goodpaster, Gary, and David Ray. "Trade and Citizenship Barriers and Decentralization," *The Indonesian Quarterly* 3, (September) 2000.

Goodwin, Edward. "Quantitative Restrictions and EC Environmental Law," *Environmental Focus*, University of Nottingham School of Law, 2001.

Government of Australia. "Competition Principles Agreement," *Clause 5 (1)*, 1996.

Greenberg, Paul A. Six Airlines Target Priceline with Travel Site, *E-Commerce Times*, June 29, 2000. <http://www.ecommercetimes.com/news/articles2000/000629-9.shtml>

Harding, C., J. Joshua. *Regulating Cartels in Europe: A Study of Legal Control of Corporate Delinquency*. Cambridge: Oxford University Press, 2004.

Hay, G., D. Kelley. "Empirical survey of price-fixing conspiracies," *Journal of Law and Economics* 17, 1974, 13.–38. lpp.

Homma, T. "Japan Fair Trade Commission's Grand Design for Competition Policy in the 21st Century," *Commissioner's Speech*, 2002.

International Air Transport Association. "Comments on DG-Competition Consultation Paper Concerning Commission Regulation 1617/93U," (Non-confidential version) 2004. <http://ec.europa.eu/comm/competition/antitrust/others/1617/iata.pdf>

Jaguar Consulting Pty Ltd. "Identification and examination of best practice principles for national regulation," *A paper prepared for the National Transport Commission*, (November), 2003.

King, Rawle O. "Medical Malpractice Liability Insurance and the McCarran-Ferguson Act," *Congressional Research Service Report for Congress*, 2003.

Kleiner, Morris, and Robert Kurdle. "Does Regulation Affect Economic Outcomes," *Journal of Law and Economics* 43, 2000, 547.–582. lpp.

Lacko, J. and J.K. Pappalardo, "Improving Consumer Mortgage Disclosures – An Empirical Assessment of Current and Prototype Disclosure Forms," *Staff Report of the FTC's Bureau of Economics*, June 2007.

Landgrebe, Jonathan. "The mobile telecommunications market in Germany and Europe: Analysis of the regulatory environment," *Working Paper Ludwig-Maximilians University (Munich)*, 2004.

Langley, Alison. "The growing problem of obesity means that American food companies must face increasing scrutiny abroad," *New York Times News Service*, (August 9) 2003.

Legnetti, Paul. "Ink, Paint and Plastics Applications," *Presented at the Annual Conference on Hazardous Waste Minimization and Environmental Regulation*, (September) 1992.

Lexchin, Joel. "Voluntary Self-Regulatory Codes: What Should We Expect?" *American Journal of Bioethics*, 2003, 49.–50. lpp.

Littlefield, Timothy R. "FDA Regulation of Cranial Remodeling Devices," *Journal of Prosthetics and Orthotics* 16, 2004, 35.–38. lpp.

MacAvoy, Paul. *Industry Regulation*. New York: W.W. Norton & Company, 1992.

McKinsey Global Institute, *Employment Performance*, Washington D.C.: McKinse and Company, 1994.

Motta, M. *Competition Policy*. Cambridge University Press, 2004.

Muris, Timothy J. "Creating a Culture of Competition: The Essential Role of Competition Advocacy," *International Competition Network Panel on Competition Advocacy and Antitrust Authorities*, Naples, Italy, (September 28) 2002.

New York Times. "FTC Chief Calls Role of Agencies Inflationary," (October 8) 1974.

Netz, Janet. "Price Regulation: A (Non-Technical) Overview," in Bouckaert, Boudewijn and De Geest, Gerrit (eds.), *Encyclopedia of Law and Economics, Volume III, The Regulation of Contracts*. Cheltenham, Edward Elgar, 2000.

NordREG. "The Integrated Nordic End-User Electricity Market: Feasibility and Identified Obstacles," *Nordic Energy Regulators*, 2006.

Office of Fair Trading (UK). "Switching Costs," *Economic Discussion Paper 5 (Annex C – case studies)*, A report prepared for the Office of Fair Trading and the Department of Trade and Industry by National Economic Research Associates, April 2003.

Office of Fair Trading (UK). "The Control of Entry Regulations and Retail Pharmacy Services in the UK," January 2003.

Ogando, Joseph. "Safety Nets," *Design News*, 2003.

Organization for Economic Cooperation and Development. "The OECD Report on Regulatory Reform: Synthesis," 1997.

Organization for Economic Cooperation and Development. "Regulatory Reform in Japan: The Role of Competition Policy in Regulatory Reform," 1999.

Organization for Economic Cooperation and Development. "Competition in Local Services: Solid Waste Management," 2000.

Organization for Economic Cooperation and Development. "Competition and Regulation Issues in the Pharmaceuticals Industry," 2001.

Organization for Economic Cooperation and Development. "Regulatory Policies in OECD Countries: from Interventionism to Regulatory Governance," 2002.

Organization for Economic Cooperation and Development. "Regulatory Impact Analysis: Inventory," 2004.

Organization for Economic Cooperation and Development. "Guiding Principles for Regulatory Quality and Performance," 2005.

Organization for Economic Cooperation and Development. "Competition on Merits," 2005.

Panchapakesan, Bala. "Repositioning in Tough Economic Times," *PaperAge*, (October) 2003, 34.–37. lpp.

Perloff, J.M. and S.C. Salop, "Equilibrium with Product Differentiation" *Review of Economic Studies* vol. 52, 1985, 107.–120. lpp.

Pitofsky, Robert. "Self Regulation and Antitrust," *Speech by Chairman of the U.S. Federal Trade Commission*, 1998.

Richardson, J.D., Graham, E.M. (Eds.). *Global Competition Policy*. Institute for International Economics, 1997.

Rubin, Paul. "Information Regulation (Including Regulation of Advertising)," in Bouckaert, Boudewijn and De Geest, Gerrit (eds.), *Encyclopedia of Law and Economics, Volume III, The Regulation of Contracts*. Cheltenham, Edward Elgar, 2000.

Salies, Evens. "A Measure of Switching Costs in the GB Electricity Retail Market," *Observatoire Français des Conjonctures Économiques*, (January) 2006.

Sappington, David and Gregory Sidak. "Anticompetitive Behavior by State-Owned Enterprises: Incentives and Capabilities," in Competing with the Government: Anticompetitive Behavior and Public Enterprises, Rick Geddes (Ed.), Hoover Institution, 2004.

Schiffirin, Anya. "Top U.S. Investment Banks under Antitrust Microscope," (December 1, 2000). <http://www.cnn.com/2000/TECH/computing/12/01/banks.antitrust.idg/index.html>

Stephen, Frank, and James Love. "Regulation of the Legal Profession," in Bouckaert, Boudewijn and De Geest, Gerrit (eds.), *Encyclopedia of Law and Economics, Volume III, The Regulation of Contracts*. Cheltenham, Edward Elgar, 2000.

Sutton, John. "Gibrat's Legacy," *Journal of Economic Literature*, 1997, 40.–59. lpp.

Sutton, John. Sunk Costs and Market Structure. Cambridge: MIT Press, 1992.

Sutton, John. Technology and Market Structure. Cambridge: MIT Press, 1996.

Terzic, Branko, Berthold Wurm and Yorck Dietrich. "Germany: Taking the Lead in Electricity and Gas," *Public Utilities Reports*, January 2000. <http://www.pur.com/pubs/3382.cfm>

U.S. FAA, "Airport Business Practices and their Impact on Airline Competition," U.S. Federal Aviation Association, Task Force Study, October 1999. <http://ostpxweb.dot.gov/aviation/domav/airports.pdf>.

Valentine, Debra. "Industry Self-Regulation and Antitrust Enforcement," *Speech by the General Counsel of the U.S. Federal Trade Commission*, 1998.

Viscusi, W.K., Harrington, J.E., Vernon, J.M., Economics of Regulation and Antitrust. Cambridge: MIT Press, 2005.

Vita, Michael G. "Regulatory restrictions on selective contracting: an empirical analysis of „any-willing-provider’ regulations," *Journal of Health Economics* 20, 2001, 955.–966. lpp.

Wadhwa, Mayank. "Parking Space for the Poor: Restrictions Imposed on Marketing & Movement of Agricultural Goods in India," *Research Internship Papers, Centre for Civil Society*, 2001.

White, Lawrence J. "Why is the SEC Protecting the Big Three Bond Raters?" *The American Banker*, (June 29) 2001.

Wilson, Chris M. and Catherine Waddams Price, "Irrationality in Consumers' Switching Decisions: When More Firms May Mean Less Benefit," ESRC Centre for Competition Policy, University of East Anglia August 2005. <http://129.3.20.41/eps/io/papers/0509/0509010.pdf>

A pielikums

TIRGUS NOTEIKŠANA UN STRUKTŪRAS ANALĪZE

Ja šķiet, ka normatīvajam aktam ir būtiska negatīva ietekme uz konkurenci, var būt lietderīgi veikt attiecīgā konkrētā tirgus un tā struktūras formālāku analīzi kā daļu no sīkāka divu posmu novērtējuma. Šāda analīze vairāk līdzinās tādai analīzei, ko veic konkurences uzraudzības iestādes. Ņemot to vērā, par labu var nākt konsultēšanās ar citām valdības struktūrām, kurām ir pieredze ar konkurences politiku.¹

Ir pamats uzdot šādu jautājumu: “Kāpēc tirgus noteikšana un tirgus struktūras formālā analīze var palīdzēt novērtēt normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci?” Viens no formālās analīzes mērķiem būtu novērtēt to, kāda ir iespējamība, ka var tikt veiktas pret konkurenci vērstas darbības un izmantota tirgus vara.

Kā vairakkārt ir minēts 4. sadaļā, daudzi normatīvo aktu veidi var radīt šķēršļus ienākšanai tirgū un uzņēmumu izešanai no tā, tādējādi mainot tirgus struktūru. Ja samazinās ienākšana tirgū un/vai palielinās izešana no tā, būtiski var palielināties tirgus koncentrācija, kā arī iespējamība, ka tiks izmantota tirgus vara un veiktas pret konkurenci vērstas darbības. Tā kā tirgus koncentrācija ir saistīta ar iespējamību, ka tiks veiktas pret konkurenci vērstas darbības, šo jautājumu ir lietderīgi formāli izvērtēt. Klasiskajā rakstā avotā *Hay* un *Kelley* (1974), piemēram, ir parādīts, ka pastāv nepārprotama saistība starp tirgus struktūru (mazs uzņēmumu skaits un augsta koncentrācija) un to, ka tiek saskaņotas cenas un daudzumi (slepenas vienošanās). Kad ir formāli definēts konkrētais tirgus, tad saskaņā ar attiecīgās valsts norādījumiem par būtiskākajiem koncentrācijas samazinājumiem var veikt novērtēšanu saistībā ar iespējamo kaitējumu konkurencei. Vēlreiz jānorāda – kaut arī koncentrācijas dati ir noderīgi, lai novērtētu tirgus varas iespējamību, pilnīgajā tirgus varas ietekmes novērtējumā būs jāņem vērā problēmas, kas ir saistītas ar šķēršļiem ienākšanai tirgū un pašreizējo tirgus dalībnieku darbībām attiecībā uz konkurenci.

Tad tiek veikts konkrētā (ekonomiski nozīmīgā) tirgus noteikšanas process. Svarīgi uzdot šādu jautājumu: “Vai viena uzņēmuma tirgotā prece ir laba aizstājējprece cita uzņēmuma tirgotajai precei?” Tas, kādā apjomā divu uzņēmumu preces ir labas aizstājējpreces, ir atkarīgs no tādiem faktoriem kā preču īpašības un ģeogrāfiskā pieejamība. Aplūkosim dažus piemērus.

- Automobiļi ir ļoti atšķirīgi to īpašību dēļ. Patērētāji, kuri dodas iegādāties lielu luksusa automobili, piemēram, *Rolls Royce*, nav tie paši patērētāji, kuri vēlas iegādāties mazu

¹ Konkurenci veicinoši tiesību akti daudzās valstīs kļūst stingrāki, un tos piemēro aizvien efektīvāk. Eiropas Savienībā ir notikušas svarīgas pārmaiņas saistībā ar konkurences noteikumu piemērošanu un ir izteikti aicinājumi ievērot lielāku piesardzību, lai nodrošinātu tirgu konkurētspēju. Avotā *Eekhoff* (2004) aprakstīts stāvoklis saistībā ar piesardzību konkurences politikas jomā tajās nozarēs, kurās Eiropā ir izbeigta regulācija, lai nodrošinātu konkurenci un izaugsmi. Eiropā saistībā ar cenu noteikšanas nolīgumiem ir notikušas lielas pārmaiņas, un tās ir sīkāk aprakstītas avotā *Harding* un *Joshua* (2004). Avotā *Motta* (2004, 9.–17. lpp.) izklāstīts vispārējs pārskats par konkurences politiku atsevišķās Eiropas valstīs un ES. Japānā un Austrālijā, piemēram, ir likts uzsvars uz konkurences politiku un ir notikušas pārrunas ar lielākajiem tirdzniecības partneriem par tiesību aktu saskaņošanu (avoti *Cassidy*, 2001, *Homma*, 2002, ESAO [OECD], 1999, un *Richardson* un *Graham*, 1997). Pēdējo divu desmitgažu laikā ASV ir būtiski vērsusies pret karteljiem, un šīs izmaiņas ir aprakstītas avotā *Ghosal* (2006). Gaidāms, ka Ķīna pieņems Pretmonopolu likumu [*Antimonopoly Law*] kaut kad 2006. vai 2007. gadā pēc apspriedēm, kas ir ilgušas vairāk nekā desmit gadus (avots *Bush*, 2006). Indija pieņēma jaunu Konkurences aktu [*Competition Act*] 2002. gadā un izveidoja Konkurences komisiju [*Competition Commission*] (avots *Bhattacharjea*, 2003). Šajā saistībā var būt lietderīgi veidot sinerģiju starp valdības darbiniekiem, kuri piemēro konkurences tiesības, un tiem, kuri veic regulatīvo novērtēšanu.

ekonomisku automobili, piemēram, *Smart Car*. Citiem vārdiem sakot, šos divus automobiļus patērētāji parasti neuzskata par aizvietotājprecēm. Turpretī kukurūza, kas audzēta blakus esošās saimniecībās, būtībā var būt identiska garšas un īpašību ziņā, un tas nozīmē, ka patērētāji to uzskatīs par līdzvērtīgu aizstājēju.

- Ražotājs, kas pārdod elektroenerģiju Norvēģijā, nekonkurē ar ražotāju, kas pārdod elektroenerģiju Portugālē. Tāpat elektroenerģijas piegādātāji Kalifornijas štatā nekonkurē ar piegādātājiem Floridā. Pārvades ierobežojumi nodrošina to, ka šie tirgi ir ģeogrāfiski nošķirti. Citiem vārdiem sakot, elektroenerģijas piegāde vienā tirgū var nebūt aizstājējs citam ģeogrāfiski nošķirtam tirgum. Turpretī skolā izmantotie zīmuļi, kurus ražo dažādi ražotāji, ir pieejami visā valstī, un šajā tirgū ģeogrāfiskā nošķiršana nepastāv.

Tādējādi, nosakot konkrēto tirgu, ir jāņem vērā uzņēmumi un preces, kas tieši konkurē viena ar otru, un šādā gadījumā ir rūpīgi jānovērtē:

- konkrētā prece un
- ģeogrāfiskā pieejamība.

No iepriekš minētajiem piemēriem jāsecina, ka mazo automobiļu tirgus ir jānošķir no lielo luksusa automobiļu tirgus. Un elektroenerģiju piegādājošo uzņēmumu kopums vienā valsts daļā (piem., Kalifornijā) var būt pietiekami atšķirīgs no šāda kopuma citā valsts daļā (piem., Floridā).

Konkrētā tirgus noteikšana ir svarīga, lai novērtētu iespējamo ietekmi uz patērētājiem. Aplūkosim dažus piemērus.

- Ja elektroenerģijas ražotāji Kalifornijā iesaistās uzņēmējdarbības praksē, kas var būt kaitīga konkurencei (piemēram, cenu noteikšanā), tad gaidāms, ka tam būs nelabvēlīga ietekme uz elektroenerģijas patērētājiem Kalifornijā, bet patērētājus Floridā tas nekādi neietekmēs.

- Pieņemsim, ka ar jaunu normatīvo aktu valsts mērogā tiek paaugstināti drošības standarti rentgenaparātiem, lai tie izstarotu mazāk radiācijas. Uzņēmumiem tagad rodas jauni izdevumi saistībā ar pētniecību un attīstību, lai panāktu atbilstību jaunajiem regulatīvajiem standartiem. Daži uzņēmumi spēj īstenot standartus ar mazākiem izdevumiem ātrāk, bet citi to nespēj izdarīt un ir spiesti iziet no tirgus. Šāda normatīvā akta ietekmē var neatgriezeniski mainīties to uzņēmumu skaits, kas konkurē attiecīgajā tirgū un, iespējams, var palielināties tirgus vara un cenas, ko maksā patērētāji. Šāda ietekme būs jānovērtē konkrētajā preču tirgū, kuru ietekmē jaunie drošības standarti.

- Pieeja pašreizējā tirgus dalībnieka telesakaru tīklam jaunajiem tirgus dalībniekiem ir ļoti svarīga, lai ienāktu tirgū un varētu konkurēt. Pieņemsim, ka valsts likumdevējs paredz, ka tīklu īpašniekiem (pašreizējiem tirgus dalībniekiem) nav jānodrošina konkurentiem pieeja tīklam. Šādiem noteikumiem visdrīzāk būs nelabvēlīga ietekme uz vairākiem tirgiem, piemēram, starptautisko tālsarunu pakalpojumiem, iekšzemes sakaru pakalpojumiem un ātrdarbības interneta pakalpojumiem. Šā noteikuma nelabvēlīgā ietekme uz minētajiem trim tirgiem var ievērojami atšķirties. Uz konkurenci ātrdarbības interneta pakalpojumu tirgū, piemēram, var būt samērā negatīva ietekme, ja konkurentiem nav pastāvīga un atbilstīga pieeja tīklam.

Tādējādi konkurences novērtējumam jābūt vērstam uz konkrēto (ekonomiski nozīmīgo) tirgu un uz uzņēmumiem tajā.

Kad konkrētais tirgus ir noteikts un ir izvērtētas preču īpašības un ģeogrāfiskā pieejamība, var aplūkot dažādus mainīgos lielumus, kas raksturo tirgus struktūru.

- **Uzņēmumu skaits.** Parasti ir tā – jo lielāks ir uzņēmumu skaits konkrētajā tirgū, jo mazāk raižu sagādā tirgus vara. Tas, ka uzņēmumu skaits ir neliels, nenozīmē to, ka konkurence ir sliktā – konkurence ir atkarīga no tā, cik lieli ir šķēršļi ienākšanai tirgū, un, iespējams, no tā, kāds ir dominējošais konkurences veids (piem., tirgus, kurā pieprasījums pārsniedz piedāvājumu, vai parasts tirgus).²

- **Uzņēmumu izmēru sadalījums.** Vai uzņēmumi konkrētajā tirgū ir salīdzinoši vienādi lieluma ziņā, vai arī ir vērojamas būtiskas atšķirības? Piemēram, pieņemsim, ka tirgū ir 20 uzņēmumi, bet uzņēmumu izmēru sadalījums nav vienāds, jo lielākajam uzņēmumam pieder 80 % tirgus daļas un pārējiem 19 uzņēmumiem atlikušie 20 %. Ja izmēru sadalījums nav vienāds, tad var rasties problēmas saistībā ar tirgus konkurētspēju. Var rasties situācija, kad dominējošais uzņēmums, kuram nav efektīvas konkurences no pārējiem uzņēmumiem, iegūst ievērojamu tirgus varu.

- **Ražošanas koncentrācija.** Šis rādītājs parāda pakāpi, līdz kurai ražošana ir sakopota dažos tirgū esošos uzņēmumos. Vienkāršs rādītājs, piemēram, ir kopējā pārdošanas apjoma daļa, kas pieder 3 vai 4 lielākajiem uzņēmumiem tirgū. Rādītājs, kuru parasti izmanto ar konkurences politiku saistītās iestādes, ir Herfindāla-Hiršmaņa indekss [*Herfindahl-Hirschman Index*] (HHI). Lielāks HHI liecina par lielāku pārdošanas apjoma (ražošanas jaudas) koncentrāciju dažos uzņēmumos. HHI pieaugums parasti nozīmē lielāku tirgus varas iespējamību un augstākas patērētāju maksātās cenas.

Kopumā mainīgos lielumus, kas saistīti ar uzņēmumu skaitu, uzņēmumu izmēra sadalījumu un ražošanas koncentrāciju, var izmantot, lai gūtu plašāku priekšstatu par konkrētā tirgus struktūru, tādējādi dodot iespēju izdarīt secinājumus par attiecīgā tirgus konkurētspēju. Svarīgi ņemt vērā to, ka augsta koncentrācija vai mazs uzņēmumu skaits nebūt nenozīmē, ka rodas iespēja izmantot tirgus varu. Lai veiktu atbilstīgu novērtējumu, ir jāizvērtē arī tas, cik lieli ir šķēršļi ienākšanai tirgū, un pašreizējo tirgus dalībnieku darbības saistībā ar konkurenci. Piemēram, augstāka koncentrācija un lieli šķēršļi ienākšanai tirgū nozīmē to, ka palielinās iespējamība, ka pašreizējie tirgus dalībnieki var izmantot tirgus varu.

A1. ierāmējumā ir izklāstīta praktiska informācija par tirgus struktūras jēdzienu.

A1. ierāmējums. **Tirgus struktūra**

1. piemērs. Hipotētisks tirgus

Aplūkosim tirgu, kurā ir pieci uzņēmumi, un to tirgus daļa attiecīgi ir 40 %, 25 %, 20 %, 10 % un 5 %. Uzņēmumu izmēru sadalījums nav vienāds tajā ziņā, ka lielākajam uzņēmumam

² Avotā *Bresnahan* un *Reiss* (1991), piemēram, ir pētīta dažādu profesionāļu ienākšana tirgū (ārstu, zobārstu u. c.). Avotā secināts, ka, sākot ar monopola gadījumu, pat viena papildu pakalpojumu sniedzēja ienākšana tirgū noved pie būtiska peļņas normas samazinājuma, bet vēl papildu konkurentu ienākšana tirgū peļņas normu samazina daudz mazākā apmērā. Rezultāti liecina par to, ka nebūt nav vajadzīgs liels konkurentu skaits, lai panāktu zemas cenas patērētājiem un zemu peļņas normu ražotājiem.

pieder liela tirgus daļa, bet otrajam un trešajam uzņēmumam tirgus daļa nav daudz mazāka.

5. Ražošanas koncentrācijas rādītājs četriem uzņēmumiem (C4) = 95 %.

6. Herfindāla-Hiršmaņa indeksu (HHI) aprēķina šādi. Pieņemsim, ka tirgū ir N uzņēmumi ar kopējo izlaidi Q konkrētajā tirgū, un q_i ir i^{th} uzņēmuma izlaide $Q = \sum_{i=1}^n q_i$. Savukārt s_i ir i^{th}

uzņēmuma tirgus daļa $s_i = \frac{q_i}{Q}$.

HHI iegūst šādi: $HHI = \sum_{i=1}^N (S_i^2)$.

Aprakstītajā hipotētiskajā tirgū $HHI=40^2+25^2+20^2+10^2+5^2=2750$.

2. piemērs. Tirgus daļas gaisa kuģu dzinēju ražošanas nozarē (aptuvenie 2001. gada rādītāji)

General Electric 42 %, *Pratt and Whitney* 32 % un *Rolls Royce* 26 %. Kaut arī *General Electric* pieder lielākā tirgus daļa, uzņēmumu izmēru sadalījums ir diezgan līdzīgs.

7. C4=100 %.

8. HHI=1764+1024+676=3464.

3. piemērs. Tirgus daļas interneta pārlūkprogrammu jomā (aptuvenie 2005. gada rādītāji)

Internet Explorer 85 %, *Firefox* 5 %, *Mozilla* 4 %, *AOL* 2 %, *MSN* 2 %, *Netscape* 1 % un *Opera* 1 %. *Internet Explorer* pieder lielākā tirgus daļa, un izmēru sadalījums ir ļoti neproporcionāls.

9. C4=96 %.

10. HHI=7225+25+16+4+4+1+1=7276.

4. piemērs. Tirgus daļas lielveikalu tīkliem Apvienotajā Karalistē (Avots: BBC, 2006. gada 8. februāris)

Tesco 31 %, *Asda* 17 %, *Sainsbury's* 16 %, *Morrison's* 11 %, *Somerfield* 6 %, *Waitrose* 4 %, *Iceland* 2 % un pārējiem (mazākiem) veikaliem kopā 13 %. *Tesco* ir divas reizes lielāka tirgus daļa salīdzinājumā ar tā tuvāko konkurentu, un nākamie trīs lielveikalu tīkli ir salīdzinoši līdzīgās pozīcijās. (Kaut arī HHI aprēķinos turpmāk ir pieņemta valsts tirgus esamība, tirgū visdrīzāk pastāv ģeogrāfiska segmentācija, un šajā gadījumā koncentrācijas rādītāji būs jāaprēķina katram ģeogrāfiskā segmenta tirgum. Tomēr tas šajā gadījumā netiek darīts.)

11. C4=75 %

12. HHI (7 uzņēmumiem ar lielākajiem rādītājiem)=961+289+256+121+36+16+4=1683.

No 2.–4. piemēra var secināt, ka interneta pārlūkprogrammu tirgū ir visaugstākais HHI (7276), un lielveikalu tīkliem Apvienotajā Karalistē tas ir viszemākais (1683). Ievērojamā HHI rādītāja atšķirība rodas tāpēc, ka *Microsoft* pieder 85 % tirgus, bet galvenajam lielveikalu tīklam *Tesco* – tikai 31 %. HHI ir labāks rādītājs nekā C4, jo tajā ņem vērā arī uzņēmumu izmēru sadalījumu. Kopumā saistībā ar konkurences politikas analīzi var secināt, ka tirgū ar augstāku HHI pastāv lielāka tirgus varas izmantošanas iespējamība.

Iespējamie novērtēšanas posmi var būt šādi.

1. Konkrētā produkta un ģeogrāfiskā tirgus noteikšana

Šis ir svarīgs pirmais posms, lai atbilstīgi novērtētu normatīvā akta ietekmi. Aplūkosim dažus hipotētiskus piemērus, lai izceltu produktu un ģeogrāfiskos jautājumus.

- Normatīvais akts. Pieņemsim, ka valsts vietējā valdība ir noteikusi ierobežojumus preču ieviešanai reģionā. Pieņemsim arī to, ka šie ierobežojumi ietekmē lauksaimniecības produktu kopumu. Produktu un ģeogrāfisko reģionu var noteikt šādi:

Produkts. Pirmkārt, jāuzskaita visi lauksaimniecības produkti, kurus tas var ietekmēt. Šādi var noteikt plašāku produktu tirgu. Otrkārt, ir jāpārbauda, vai ir kādi konkrēti produkti (kartupeļi, kukurūza), kurus tas ietekmēs vairāk nekā citus. Tādējādi produktu noteikšana tiek veikta divos līmeņos – plašākā un šaurākā.

Ģeogrāfiskais reģions. Plašākajā līmenī ietver visu ietekmēto reģionu. Ja kāda reģiona daļa (piemēram, austrumdaļa) tiek ietekmēta vairāk, tad to var uzskatīt par šaurāku ģeogrāfisko līmeni.

- Normatīvais akts. Pieņemsim, ka ir spēkā izņēmuma noteikums, saskaņā ar kuru elektroenerģijas ražotājiem ir atļauts nepildīt jaunus vides piesārņojuma standartus piecus gadus, bet visiem jaunajiem ražotājiem (vai nu pašreizējo tirgus dalībnieku paplašināšanās gadījumā, vai jaunajiem tirgus dalībniekiem) šie standarti ir jāievēro.

Produkts. Elektroenerģija.

Ģeogrāfiskais reģions. Vislabāk saistībā ar ģeogrāfisko reģionu būtu apsvērt, vai tirgus ir sadalīts segmentos elektroenerģijas (sadales) tīkla ziņā, vai arī to labāk uzskatīt par vienu veselumu. ASV, piemēram, ja Kalifornijas štatā pieņem jaunus normatīvos aktus vides jomā un paredz izņēmuma noteikumu, tad ir maz ticams, ka tas ietekmēs tirgu Floridā. Tādējādi labāk būtu attiecīgo štatu uzskatīt par konkrētu ģeogrāfisko tirgu.

- Normatīvais akts. Pieņemsim, ka veterināriem ir aizliegts reklamēties televīzijā un internetā.

Produkts. Veterināra pakalpojumi.

Ģeogrāfiskais reģions ir visa valsts. Tā kā ierobežojums attiecas uz visiem profesijas pārstāvjiem, tirgus ģeogrāfiska segmentēšanās nav notikusi.

2. Konkrētā tirgus struktūras novērtēšana

Kad ir noteikts konkrētais tirgus, jāturpina apkopot turpmāk minētā informācija.

- Uzņēmumu skaits tirgū. Tas būtu aprēķins par visiem uzņēmumiem konkrētajā tirgū. Ja pilnīgs uzskaitījums nav iespējams, ir jānorāda vismaz galvenie tirgus dalībnieki.³
- Uzņēmumu izmēra sadalījums tirgū. Parasti ir sarežģīti iegūt informāciju par katra uzņēmuma tirgus daļu. Aptuvenu priekšstatu par uzņēmumiem var iegūt, iedalot tos kategorijās (mazie, vidējie un lielie uzņēmumi) un zinot uzņēmumu skaitu katrā kategorijā.
- Koncentrācija. Herfīndāla-Hiršmaņa indekss (HHI) parasti ir grūti iegūstams rādītājs, jo ir sarežģīti iegūt precīzus datus par to, kāds ir tirgū esošo uzņēmumu ražošanas līmenis. Attiecīgajā gadījumā indeksa aprēķināšanai var izmantot lielāko tirgus dalībnieku tirgus daļas. Vienkāršāk aprēķināmus rādītājus, piemēram, četru vai piecu uzņēmumu koncentrācijas indeksu, iegūt var būt vieglāk, jo ir vajadzīgs mazāks informācijas apjoms.

Kā minēts iepriekš, tirgus koncentrācijas robeža jeb uzņēmumu skaits, ko izmantot aprēķinos, būs paredzēts attiecīgās valsts norādījumos.

³ Labākajā gadījumā būtu vēlams iegūt priekšstatu par iespējamo jauno tirgus dalībnieku skaitu, jo šādi varētu iegūt precīzāku informāciju par iespējamo konkurenci. Bet šādu informāciju iegūt var būt sarežģīti.

B pielikums

KONKURENCES NOVĒRTĒJUMU PARAUGI

Kā norādīts Austrālijas konkurences principu nolīguma [*Australian Competition Principles Agreement*] sadaļā “Likumdošanas pamatprincipi” [*Guiding Legislative Principle*] (Austrālijas valdība, 1996), konkurences novērtēšanas galvenais princips ir tas, ka normatīvie akti nedrīkst ierobežot konkurenci, izņemot gadījumus, kad var pierādīt, ka:

1. Ieguvumi no ierobežojuma kopumā atsver izmaksas;
2. Normatīvā akta mērķus var sasniegt tikai tad, ja tiek ierobežota konkurence.

Kā jau minēts, konkurences novērtējumi ir efektīva, vispārēja divu posmu sistēma, kuru politikas veidotāji un amatpersonas var izmantot, lai novērtētu, kāda ir vai kāda varētu būt konkrēta normatīvā akta ietekme konkurenci. Kā to liecina turpmāk minētie piemēri, šādos novērtējumos, kuros ir sākotnējais novērtējuma posms, kas ir vienkāršs pārskats, un pilnīga novērtējuma posms, ja, veicot sākotnējo novērtējumu, tiek konstatēta būtiska ietekme uz konkurenci, var gūt ieskatu tajā, kā darbojas tirgus, apzināt būtiskākos faktoros, kas jāņem vērā lēmuma pieņemšanā, un tos var izmantot kā rīku, kas politikas veidotājiem palīdz pieņemt pareizos lēmumus, kad tiek novērtētas normatīvo aktu priekšrocības un trūkumi. Normatīvie akti bieži maina tirgus dalībnieku motivāciju. Konkurences novērtējumi palīdz politikas veidotājiem izprast to, kā šie normatīvie akti var ietekmēt tirgus dalībnieku darbību un kā tie var ietekmēt konkurenci.

1. NOTEIKUMI PAR TAKSOMETRIEM*

Šajā sadaļā ir izklāstīts konkurences novērtējuma paraugs saistībā ar izmaiņām noteikumos par taksometriem pilsētā, kura reāli neeksistē. Pirmkārt, ir aprakstīta pašreizējā situācija un iespējamās darbības. Šie materiāli tiktu sagatavoti saistībā ar plašu regulatīvu pārskatīšanu, un tāpēc tie neattiecas tikai uz konkurences novērtēšanu. Pēc šiem ievadmateriāliem ir izklāstīts konkurences novērtējuma paraugs.

Šis novērtējuma paraugs ir salīdzinoši īss. Varētu būt lietderīgi sagatavot garāku novērtējumu, jo īpaši par tirgiem, kuriem ir lielāka ekonomiskā nozīme.

1. Vispārējā situācija

1.1. Pamatinformācija

Tūristu pilsētā ir pilsētas dome, kas ir pašvaldība, kura ir atbildīga par taksometru nozares regulēšanu. Pilsētas domei savā darbībā ir jānodrošina tas, ka tirgus, kurā tiek sniegti taksometru pakalpojumi, darbojas efektīvi un patērētāji, taksometru pakalpojumu sniedzēji un ekonomika kopumā gūst maksimāli lielu labumu. Tūristu pilsētā ir pilsēta, kurā ir liels skaits tūristu apskates objektu. 60 % no taksometru pakalpojumiem pilsētā izmanto tūristi. Lai aizsargātu tūristus, pilsētas dome līdz šim ir uzturējusi vidi, kurā taksometru pakalpojumi tiek stingri regulēti.

Neatkarīgi no šīs regulācijas klientu sūdzību daudzums ir bijis diezgan liels, un tas daudzējādā ziņā ir saistīts ar nepietiekamo piedāvājumu laikā, kad ir vislielākais pieprasījums, un naktī. Saskaņā ar Transporta departamenta un vietējās pašvaldības lūgumu pilsētas dome ir pārskatījusi spēkā esošos noteikumus. Tā ir secinājusi, ka pašreizējie noteikumi ne vienmēr atbilst sabiedrības interesēm, un piedāvā pieņemt jaunus noteikumus, ar kuriem ir paredzēts:

- nodrošināt efektīvu taksometru pakalpojumu tirgus darbību, garantējot drošību, kvalitāti un pieejamību visos diennakts laikos un visos gadalaikos, un
- nodrošināt maksimālu labumu patērētājiem, ievērojot sabiedrības intereses.

1.2. Pašreizējo normatīvo aktu un vides apraksts

Pilsētas domei saskaņā ar Satiksmes aktā [*Traffic Act*] paredzētajām pilnvarām kopš 1978. gada ir bijis pienākums regulēt taksometru pakalpojumu nozari trīs aspektos – regulēt ienākšanu tirgū, kvalitāti un maksu par pakalpojumu. Šobrīd apgrozībā ir 2562 pilsētas domes izsniegtas licences. Pēdējos trīs gados pilsētā ir izsniegtas 25 jaunas licences, t. i., pieejamo licenču skaits ir palielinājies par 1 procentu.

Pilsētas dome, kas ir pašvaldības licencēšanas iestāde, pieprasa, lai visām personām, kas vada taksometru, būtu vadītāja apliecība, un pirms licences izsniegšanas tiek veikta dzīves gājuma pārbaude. Potenciālajiem taksometru vadītājiem ir jāatbilst valdības standartiem par finansiālo dzīvotspēju, pasažieru un sabiedrības drošību un transportlīdzekļa apkopi. Operatoriem jānodrošina arī tas, ka taksometri, kas atrodas to kontrolē, atbilst tādiem pašiem nosacījumiem.

* Šo konkurences novērtējuma paraugu sagatavoja Marta Troja-Martinesa.

Dzīves gājuma pārbaudē taksometru vadītājiem lūdz:

- uzrādīt bankas konta pārskatu par pēdējiem pieciem gadiem,
- veikt veselības stāvokļa pārbaudi,
- veikt vadītāja soda reģistra pārbaudi,
- nokārtot pārbaudījumu par vietējo ceļu tīkla zināšanām un valodas prasmēm un
- nogādāt pasažieru pārvadāšanai paredzēto transportlīdzekli uz pārbaudi pilsētas autodarbniecībā.

Pirms licences saņemšanas ir jānokārto dzīves gājuma pārbaude. Licenci var iegūt divos veidos. Pirmais veids – pilsētas dome izsniedz jaunu licenci, un otrs – taksometra vadītājs, kam ir licence, vēlas to pārdot. Abos gadījumos jaunpienācējam ir jāmaksā maksa par licenci.

Saistībā ar ierobežojumiem ienākšanai tirgū un tādēļ, lai novērstu tirgus varas izmantošanu, licencēšanas iestāde nosaka brauciena maksu par nobraukto attālumu laika intervālā un apgabalā, pieskaitot arī maksu par iekāpšanu. Noteikumos nav paredzēts, vai vadītāji var piedāvāt atlaides. Kaut arī dažkārt pēc diskusijas ar vadītāju atlaide izdodas iegūt, jo īpaši par ilgākiem braucieniem, tomēr kopumā šādas atlaides tiek sniegtas reti. Maksa tiek palielināta, lai ņemtu vērā inflāciju un degvielas tirgus cenu. Dome nosaka arī taksometra skaitītāja parametrus un tā pārbaudes biežumu.

Vairākas patērētāju un tūristu apvienības ir norādījušas, ka pašreizējo noteikumu mērķis ir aizsargāt pašreizējos tirgus dalībniekus, nevis patērētājus. Izteikti apgalvojumi, ka licences iegūšanas pasākumi (jau izdotas licences īpašnieka aizstāšanās vai vienas no vietējās pašvaldības reti izsniegtajām papildu licences iegūšanā) ierobežo ienākšanu tirgū.

Tāpēc ir radusies ievērojama pieprasījuma un piedāvājuma nelīdzsvarotība, kas veicina to, ka uz licenci piesakās spekulanti, kuri tās iegūšanas gadījumā (par parasto cenu) pārdod to par tirgus cenu un iegūst lielu peļņu. Mazais piedāvājums samazina arī pakalpojumu kvalitāti, piemēram, pēdējo piecu gadu laikā būtiski ir palielinājies gaidīšanas laiks, kā arī ir samazinājies aktīvo taksometru skaits dienas laikā no 9,2 uz 7,9 taksometriem uz 10 000 cilvēku, un tirgū jau ir ienākuši daži nelegālie taksometri. Taksometru pieejamība naktī nav pietiekama (šobrīd ir 5,7 taksometri uz 10 000 cilvēkiem), jo zemāka noslogojuma dēļ, kā arī tāpēc, ka ir lielāka iespējamība iegūt “sliktu” klientu, taksometru vadītāji stundas laikā naktī nopelna mazāk nekā dienā. Turklāt tas, ka lielākajai daļai taksometru vadītāju ir ģimene, nozīmē, ka viņu vēlme strādāt naktī ir mazāka.

1.3. Alternatīvas

Tiek apsvērtas piecas politikas primārās alternatīvas:

- neveikt nekādus pasākumus;
- saglabāt licencēšanas sistēmu, pakāpeniski atceļot licenču skaita ierobežojumus un saglabājot brauciena maksas regulēšanu, kā arī naktī paredzot augstāku maksu;

- saglabāt licencēšanas sistēmu, pakāpeniski atceļot licenču skaita un brauciena maksas ierobežojumus;

- pāriet uz komercpilnvaru sistēmu un

- atcelt visus noteikumus.

2. Konkurences novērtējuma piemērs

Ņemot vērā šo pamatinformāciju, ir sagatavots Tūristu pilsētas domes konkurences novērtējums, kas izklāstīts turpmāk. Tā kā šā novērtējuma rezultāti varētu būt atšķirīgi citos apstākļos, tad citos šādu noteikumu novērtējumos varētu izdarīt atšķirīgus secinājumus. Pilsētas dome tad lemtu par turpmākajiem pasākumiem, daļēji pamatojoties uz konkurences novērtējuma rezultātiem, bet tai nav juridiska pienākuma ievērot novērtējumā paustos ieteikumus.

2.1. Noteikumu mērķi

Šo noteikumu mērķi ir šādi:

- nodrošināt efektīvu taksometru pakalpojumu tirgus darbību, garantējot drošību, kvalitāti un pieejamību visos diennakts laikos un visos gadalaikos, un

- nodrošināt maksimālu labumu patērētājiem, ievērojot sabiedrības intereses.

2.2. Regulatīvās iespējas

Regulatīvās iespējas ir šādas:

1. variants. Saglabāt līdzšinējo stāvokli. Neko nemainīt, bet saglabāt pašreizējo regulatīvo stāvokli, saskaņā ar kuru pilsētas dome (pašvaldības regulatīvā iestāde) turpina regulēt ienākšanu tirgū, izmantojot obligātu licencēšanas sistēmu, kas ierobežo licenču skaitu tirgū. Ar šīs licencēšanas sistēmas palīdzību dome nosaka arī kvalitātes prasības, saskaņā ar kurām taksometri var sniegt pakalpojumus. Proti, ir paredzēts, ka pirms licences iegūšanas tiek veikta pārbaude, kuras laikā ir jāuzrāda bankas konta pārskats par pēdējiem pieciem gadiem, jāveic veselības stāvokļa pārbaude, jāveic vadītāja soda reģistra pārbaude, jānokārto pārbaudījums par vietējā ceļu tīkla zināšanām un valodas prasmēm, kā arī jānogādā attiecīgais taksometrs pilsētas autodarbnīcā, kurā veic tā apskati. Turklāt pilsētas dome nosaka arī brauciena maksas struktūru un maksimālo iekasējamo summu.

2. variants. Atcelt ierobežojumu par ienākšanu tirgū. Pilsētas dome saglabā licencēšanas sistēmu, bet pakāpeniski atceļ licenču skaita ierobežojumu. Pilsētas dome iekasē no jaunpienācējiem fiksētu maksu, lai segtu izmaksas par vadīšanas spēju sertificēšanu, zināšanu pārbaudi, veselības stāvokļa pārbaudi, atbildības apdrošināšanas esamības un automobiļu drošības pārbaudi. Pilsētas dome turpina regulēt arī maksu par braucieni, bet tā ievieš augstāku maksu par braucieniem nakts laikā un paredz, ka maksas struktūrai ir jābūt norādītai taksometra ārpusē.

3. variants. Atcelt ierobežojumu par ienākšanu tirgū un maksas regulēšanu. Tiek atcelta maksimālās maksas regulēšana un “pirmais iekšā, pirmais ārā” noteikums, kas darbojas taksometru stāvvietās, bet tiek saglabāti pārējie 2. variantā minētie noteikumi.

4. variants. Komerpcilnvaru sistēma. Ieviest komerpcilnvaru sistēmu, saskaņā ar kuru taksometru uzņēmumi savā starpā konkurē, lai piedāvātu pakalpojumus par labāko cenas un kvalitātes attiecību. Uzņēmumiem, kuriem būs vislabākais piedāvājums, tiks piešķirta komerpcilnvara, par kuru periodiski atkārtoti tiks organizēts konkurss. Piešķirot komerpcilnvaru, pilsētas dome paredzēs, ka taksometru operatori ir atbildīgi par sūdzību izskatīšanu un attiecīgo problēmu atrisināšanu. Komerpcilnvaru ņemējam, kas neievēros pilsētas standartus, tiks piemērots sods, un iespējama arī pilnvaru anulēšana. Tiek apsvērta iespēja piešķirt četras komerpcilnvaras.

5. variants. Atcelt visus noteikumus. Tiek atcelti visi noteikumi. Nozarē tiek ieviesta brīvprātīgās reģistrācijas sistēma (sertifikācijas sistēma), kuru pārrauga pilsētas dome, un klientiem tiek dota iespēja brīvi izvēlēties vai nu sertificētu taksometru pakalpojumus, vai lētākus nesertificēto taksometru pakalpojumus.

2.3. Ietekmētais tirgus

Konkrētās preces tirgus, ko tieši ietekmē šie noteikumi, ir taksometru pakalpojumu tirgus, kurā ir visi transportlīdzekļi, ar kuriem pasažieri pilsētas teritorijā pēc pieprasījuma tiek nogādāti no vienām durvīm līdz otrām durvīm. Šo tirgu var iedalīt segmentos atkarībā no tā, kā klienti meklē pakalpojumu. Izmantojot šādu kritēriju, var iegūt šādus segmentus: pa tālruni pasūtīto taksometru tirgus, stāvvietā iegūto taksometru tirgus un apturēto taksometru tirgus. Tirgus ģeogrāfiskais apgabals, ko ietekmē pilsētas domes noteikumi, ir pilsētas teritorija, jo taksometri var pārvadāt pasažierus tikai licencē paredzētajā apgabalā.

Būtiska ietekme uz kādu citu piegādes ķēdes daļu (t. i., īpašu taksometriem paredzētu ierīču, piemēram, skaitītāju, piegādi) nav konstatēta.

Kaut arī tirgū nav liela koncentrācija (2006. gada janvārī aprītē bija 2562 licences, no kurām lielākā daļa piederēja pašnodarbinātiem vadītājiem, kas izmantoja savus transportlīdzekļus) un diferenciācijas pakāpe¹ ir zema, konkurence iepriekš noteiktajā tirgū ir salīdzinoši zema, tirgū ir radusies piedāvājuma un pieprasījuma nelīdzsvarotība (jo īpaši naktī), un taksometru vadītāji acīmredzot neveltī daudz pūļu, lai uzlabotu pakalpojumu un piesaistītu vairāk klientu. Tādējādi:

- nav pietiekamas informācijas par cenu un kvalitāti, un tas liedz patērētājiem izvēlēties vispiemērotāko pakalpojumu (piemēram, ja taksometrs tiek pasūtīts pa tālruni, klients nezina, kādas ir taksometra īpašības);
- tirgū esošo vadītāju skaita mākslīgi radītie ierobežojumi (pēdējos trīs gados pilsētā pieejamo licenču skaits ir palielināts tikai par 1 procentu) ierobežo iespējamo jauno vadītāju ienākšanu tirgū, ja piedāvājums nav pietiekams, un
- radusies paraža (kuru savstarpēju draudu rezultātā ir uzspieduši taksometru vadītāji), ka klientam taksometru stāvvietā ir jāizvēlas pirmais taksometrs, nevis tas automobilis, kuram ir labākas kvalitātes pazīmes.

¹ Diferenciācijas pakāpe attiecas uz to pārveidojumu daudzumu, kurus var veikt saistībā ar pakalpojumu, lai padarītu to atšķirīgu no konkurentu pakalpojumiem.

Cenas, kas ir augstākas nekā konkurences līmenis, un nepietiekamais piedāvājums atspoguļojas kā pārmērīgi augsta licenču cena neoficiālajā tirgū, kad tās tiek pārdotas jaunienācējiem, kā arī kā garš gaidītāju saraksts licences saņemšanai.

Tomēr konkurences līmenis dažādos segmentos ir atšķirīgs. Proti, pa tālrūni pasūtīto taksometru tirgū konkurence var būt samērā liela, jo klienti var ievākt un salīdzināt informāciju par cenām ar salīdzinoši zemām meklēšanas izmaksām (proti, izmantojot tālrūni). Turklāt atkārtota pakalpojuma izmantošana šajā segmentā ir samērā bieža, un tas nozīmē, ka tiek sniegts atbilstīgs pakalpojums. Taksometru stāvvietu segmentā konkurences iespējas ir ierobežotas, jo klientiem tiek lūgts izmantot pirmo taksometru rindā (paraža “pirmais iekšā, pirmais ārā”). Visbeidzot, apturēto taksometru tirgū iespēja izvēlēties starp vairākiem taksometriem var būt ierobežota, jo īpaši tad, ja taksometri ierodas neregulāri, kas nozīmē to, ka klientiem rodas vēlme apturēt pirmo brīvo garāmbraucošo taksometru. Šādā gadījumā ir sarežģīti saglabāt cenu konkurenci, jo cenu samazinājums visdrīzāk nesīs zaudējumus, ja klientiem nav vēlmes meklēt piedāvājumus un faktiski nav atkārtotas pakalpojuma iegādes gadījumu (t. i., taksometra vadītājs, kas vienpusēji samazina cenu, nenovērotu, ka palielinās pieprasījums pēc viņa pakalpojumiem).

2.4. Konkurences novērtējums

2.4.1. 1. variants. Saglabāt līdzšinējo stāvokli

Licencētie vadītāji turpinātu gūt labumu no iepriekš aprakstītās vājās konkurences.

2.4.2. 2. variants. Atcelt ierobežojumus par ienākšanu tirgū

Gaidāms, ka sākotnējā fiksētā maksa par ienākšanu tirgū samazināsies, ja palielināsies pieejamo licenču skaits. Turklāt gaidāma tendence, ka inovatīvu pakalpojumu piedāvājums palielināsies proporcionāli konkurences pieaugumam.

Licenču skaita ierobežojumu atcelšana samazinās šķēršļus ienākšanai tirgū un tādējādi veicinās konkurenci. Tas, kā arī izmaksu samazinājums palielinās spiedienu saistībā ar brauciena maksas samazinājumu, un klientiem tagad būs daudz vieglāk tās novērot. Tā ietekmē tirgum vajadzētu darboties efektīvāk, un patērētāji varēs izdarīt labāku izvēli. Turklāt, palielinoties ienākšanai tirgū, samazināsies gaidīšanas laiks, un tādējādi uzlabosies pakalpojumu kvalitāte kopumā.

2.4.3. 3. variants. Atcelt ierobežojumu attiecībā uz ienākšanu tirgū un maksas regulēšanu

Ietekme uz konkurenci ir tāda pati kā 2. variantā, izņemot to, ka nevarētu tik efektīvi nodrošināt brauciena maksu konkurenci. Proti, ir sarežģīti precīzi prognozēt, kāda būs galīgā ietekme uz brauciena maksu. No vienas puses, šī maksa var samazināties, ja tiek veicināta konkurence un ja tiek samazinātas izmaksas saistībā ar ienākšanu tirgū. Bet, no otras puses, šī maksa var palielināties, ja piedāvājuma pieaugums samazina noslogojumu² vai ja konkurence nepalielinās tirgū pastāvošo problēmu dēļ, tostarp tas, ka klienti, kas nedzīvo pilsētā, nepārzina taksometru sistēmu un nezina par iespēju sarunāt zemāku cenu.

² Ņemot vērā to, ka lielākā daļa izmaksu ir nemainīgas, tad, lai atgūtu visas izmaksas, maksai būtu jāpalielinās.

Nemot vērā to, ka 60 % klientu ir tūristi un ka lielākajai daļai tūristu nav informācijas par to, ka maksas var būt atšķirīgas, vai par to, ka pastāv iespēja sarunāt zemāku cenu, ir pamats uztraukumam, ka daudzi taksometru vadītāji var noteikt cenu atkarībā no klienta.

2.4.4. 4. variants. Komerpcilnvaru sistēma

Šā varianta rezultāti šķiet neskaidri. Daudzi jautājumi ir atkarīgi no tā, vai izdodas radīt konkurenci.

Ja tas izdodas, tad ir gaidāms, ka braukšanas maksa samazināsies un kvalitāte, kā arī pieejamā informācija uzlabosies, kas nodrošinātu to, ka tirgus darbojas efektīvāk un patērētāji izdara labāku izvēli.

Tomēr, ja tā vietā tiek noslēgta slepena vienošanās, tad gaidāms, ka braukšanas maksa palielināsies un kvalitāte pasliktināsies. Šāds attīstības modelis ir iespējams, jo gaidāms, ka koncentrācija un šķēršļi ienākšanai tirgū palielināsies (t. i., darboties būs spējīgi tikai lieli uzņēmumi).

2.4.5. 5. variants. Atcelt visus noteikumus

Gaidāms, ka samazināsies izmaksas saistībā ar ienākšanu tirgū un atbilstība kvalitātes prasībām. Tādējādi ienākšana tirgū palielināsies vēl vairāk. Kopumā samazināsies braukšanas maksa, jo samazināsies izmaksas un palielināsies konkurence, bet gaidāma kvalitātes pasliktināšanās, jo netiks veikta kvalitātes kontrole, kā arī taksometru vadītājiem nebūs iemeslu, lai ieguldītu līdzekļus kvalitātes uzlabošanā (izņemot iepriekš pasūtītos taksometrus).

Tā kā netiek veikta kvalitātes un braukšanas maksas regulēšana, patērētāju neziņa par pakalpojuma kvalitāti un cenu palielināsies. Tā ietekmē var pasliktināties klientu labklājība, jo īpaši tad, ja klienti ir mazāk informēti, piemēram, tūristi, kas ir procentuāli lielākā daļa taksometru lietotāju, jo gaidāms, ka nesertificētie taksometru vadītāji centīsies viņus apkrāpt. Sodi taksometru vadītājiem, kuri krāpjas vai neievēro sākotnējo mutvārdu vienošanos par cenu (kad brauciens ir beidzies), nav efektīgi, jo licences anulēšana nav pārāk dārga, ja ienākšanai tirgū ir zemas izmaksas. Tiklīdz taksometru pasažieri, jo īpaši pasažieri ar bagāžu, ir iesēdušies taksometrā, viņu sarunu pozīcija pasliktinās, jo īpaši tad, ja netiek ievērota sākotnējā vienošanās.

2.5. Secinājumi

1. variantam visdrīzāk būs visnegatīvākā ietekme uz konkurenci, jo noteikumi ienākšanai tirgū rada nevajadzīgus šķēršļus, kuri ne tikai samazina konkurenci, bet arī informāciju, kas ir pieejama patērētājiem informēta lēmuma pieņemšanai. Tādējādi rodas negatīva ietekme uz sniegto pakalpojumu kvalitāti un pieejamību. Turpretī 2. un 3. piedāvājumam raksturīgi vairāki konkurenci veicinoši ieguvumi, jo salīdzinājumā ar pašreizējiem noteikumiem netiek mākslīgi ierobežots tirgū pieejamo licenču skaits, kam bija konkurenci ierobežojoša ietekme. Tiek uzskatīts, ka, izvēloties kādu no šiem variantiem, tiktu sekmēti augstas kvalitātes darījumi klientiem, kā arī atbilstīga pakalpojuma pieejamība. Tomēr, izvēloties 3. variantu, nevarētu efektīvi nodrošināt konkurētspējīgas braukšanas maksas. Ir sarežģīti pārbaudīt, vai, izvēloties 4. variantu, būtu iespējams izvairīties no konkurences problēmām, kas ir konstatētas saistībā ar 1. variantu. Ja šis variants tiek veiksmīgi īstenots, tad saistībā ar to var būt konkurenci veicinoši ieguvumi, bet pastāv liels risks, ka var tikt noslēgta slepena vienošanās, jo īpaši tad, ja jaunie komercpilnvaru operatori nevar viegli iekļūt nākamajās konkursa kārtās.

Turklāt, ņemot vērā pašreizējo tirgus struktūru, komercpilnvaru sistēmas īstenošana ir salīdzinoši sarežģīta. Visbeidzot, kaut arī 5. variantam raksturīgi daudzi konkurenci veicinoši ieguvumi, nav iespējams nodrošināt labu tirgus darbību pilsētā, kas daudzējādā ziņā orientējas uz tūristiem, jo šādā veidā netiek risināta problēma par to, ka vadītājam un klientam ir pieejams atšķirīgs informācijas daudzums. Turklāt šādā veidā tirgū netiek efektīvi nodrošināta ne kvalitāte, ne drošība.

2. NOTEIKUMI PAR ZOBĀRSTNIECĪBU*

Šajā sadaļā ir izklāstīts konkurences novērtējuma paraugs saistībā ar valsts līmeņa izmaiņām noteikumos par zobārstniecību. Pirmkārt, ir aprakstīta pašreizējā situācija un iespējamās darbības. Šie materiāli varētu būt sagatavoti saistībā ar plašu regulatīvu pārskatīšanu, un tāpēc tie neattiecas tikai uz konkurences novērtēšanu. Pēc šiem ievadmateriāliem ir izklāstīts konkurences novērtējuma paraugs.

Šis novērtējuma paraugs ir salīdzinoši īss. Varētu būt lietderīgi sagatavot garāku novērtējumu, jo īpaši par tirgiem, kuriem ir lielāka ekonomiskā nozīme.

1. Vispārējā situācija

1.1. Pamatinformācija

Pirms diviem gadiem parlaments organizēja noklausīšanos saistībā ar zobārstniecības jomu, kurā tika uzklasīti zobārsti, apdrošinātāji, zobu higiēnisti un klientu grupas. Noklausīšanās laikā personas, kas nebija zobārsti, norādīja, ka zobārstniecība aizvien biežāk notiek nevis atbilstoši valsts maksājumu grafikam, bet gan par daudz lielākiem privātiem maksājumiem. Klientu grupas norādīja, ka starp zobārstiem nav aktīva konkurence maksas ziņā. Konkurences uzraudzības iestāde apliecināja, ka tad, ja Vispārējo zobārstniecības padomi [*General Dentistry Council*] neaizsargātu pilnvarojuma noteikumi, daudzas tās darbības visdrīzāk tiktu uzskatītas par darbībām, kas pielīdzināmas kartelim. Zobu higiēnisti minēja, ka privāto zobārstu pakalpojumi, piemēram, zobu tīrīšana, ko veic zobu higiēnisti, būtu daudz lētāki, ja to neierobežotu visu zobārstniecības praksi pārvaldes sistēma. Tā kā pārvaldes sistēma bija izveidota saskaņā ar normatīvo aktu, kurā bija paredzēts, ka zobārstniecības praksi pārvalda Vispārējā zobārstniecības padome, un tiek uzskatīts, ka daudzas problēmas ir radušās tāpēc, ka lielākā daļa no Vispārējās zobārstniecības padomes locekļiem ir zobārsti, parlaments Veselības aktā [*Health Act*] paredzēja prasību, ka Veselības departamentam ir jāpārskata noteikumi par zobārstniecību un zobārstu darbība, lai:

- nodrošinātu to, ka tiek pārbaudīta zobārstniecībā strādājošo personu drošība un kvalifikācija, kā arī tas, ka tiek sniegti atbilstīgi pakalpojumi, un
- izvairītos no nevajadzīgiem vai neproporcionāliem ierobežojumiem saistībā ar zobārstniecības pakalpojumu sniegšanu, jo īpaši tādiem ierobežojumiem, kas neatbilst sabiedrības interesēm.

1.2. Pašreizējais normatīvais akts un vides apraksts

Zobārstniecībā ievērojamai daļai pacientu valsts atlīdzina ārstēšanas izdevumus, bet būtisku daļu no zobārstu ienākumiem veido privātie maksājumi. Valsts kompensācijas ir paredzētas jauniešiem, bezdarbniekiem, personām ar zemiem ienākumiem, gados veciem cilvēkiem un personām ar invaliditāti. Maksas par privātiem pakalpojumiem ir ievērojami lielākas nekā maksas saskaņā ar valsts maksājumu grafiku. Lielākā daļa zobārstu apkalpo abu veidu pacientus.

* Šo konkurences novērtējuma paraugu sagatavoja Marta Troja-Martinesa.

Veselības departaments 37 gadus ir ievērojis 103.4(a) noteikumu par to, ka kvalifikāciju, kas ir vajadzīga, lai veiktu dažāda veida zobārstniecības procedūras, izņemot mutes dobuma ķirurģiju, nosaka profesionāla regulatīva struktūra, proti, Vispārējā zobārstniecības padome.

Vispārējā zobārstniecības padome pieprasa, lai visām personām, kuras pārrauga zobārstniecību un to praktizē, būtu vismaz profesionālais grāds zobārstniecībā (zobārsta grāds), kas iegūts, apgūstot Vispārējās zobārstniecības padomes sertificēto programmu, un ka visām šīm personām ir jāpaliek Vispārējās zobārstniecības padomes locekļiem.

Vispārējā zobārstniecības padome ir noteikusi, ka zobārsta grādu ieguvušai personai, kas vēlas palikt par padomes locekli, ir jāievēro padomes ētikas standarti. Minētie ētikas standarti ir šādi:

- Godīga maksas iekasēšanas prakse (pacienti tiek pieprasīta maksa, kas atbilst prakses cenrādim);
- Pakalpojumu reklāma laikrakstos vai uz ziņojumu dēļiem publiskās vietās nedrīkst būt lielāka par 10 cm x 20 cm;
- Nedrīkst konsultēt citu zobārstu pacientus;
- Zobārstu nedrīkst nodarbināt cita organizācija vai persona, kas nav zobārsts un
- Cenas nedrīkst būt zemākas par standarta cenām vietējā kopienā.

Vispārējā zobārstniecības padome ir noteikusi, ka persona, kas nav ieguvusi zobārsta grādu, nedrīkst sniegt zobārstniecības pakalpojumus, izņemot gadījumu, kad tas tiek veikts tādas personas pārraudzībā, kas ir ieguvusi zobārsta grādu. Proti, Vispārējā zobārstniecības padome ir noteikusi, ka zobu higiēnisti un zobu tehniķi nav pietiekami kvalificēti, lai sniegtu pakalpojumus patstāvīgi.

Pēc pārskatīšanas saskaņā ar aicinājumu Zobārstniecības aktā [*Dentistry Act*] Veselības departaments ir ierosinājis 103.4(a) noteikumā izdarīt grozījumus. Saskaņā ar ierosinātajiem grozījumiem Vispārējās zobārstniecības padomes pienākums ir noteikt medicīniskās un drošības prasības, lai persona varētu kļūt par zobārstu, zobu higiēnistu vai zobu tehniķi un lai regulētu praktizējošo ārstu praksi un viņu uzņēmējdarbību. Tomēr Veselības departaments saglabātu veto tiesības attiecībā uz Vispārējās zobārstniecības padomes piedāvāto ētikas kodeksu un ievērotu principu, ka personai ir atļauts būt pašnodarbinātai un veikt darbības, kuras tā ir sertificēta veikt, ja vien šī persona rīkojas godprātīgi un neizmanto maldinošu reklāmu. Veselības departaments ieviesīs arī sūdzību procedūru, lai disciplinētu zobārstniecībā nodarbinātās personas, kuru pacienti apgalvo, ka viņiem tiek sniegti zemas kvalitātes pakalpojumi, kā arī ieviesīs attiecīgu disciplināro procedūru.

1.3. Alternatīvas

Šajā pārskatā ir apsvērtas četras alternatīvas:

- neveikt nekādus pasākumus;
- Vispārējā zobārstniecības padome turpina kontrolēt kvalitātes prasības un standartus, kā arī ārstēšanas nemedicīniskos aspektus. Tomēr nemedicīnisko aspektu pārraudzību veiks arī

Veselības departaments. Līdzīgā veidā Veselības departaments paredzēs arī noteikumus par sūdzību procedūru.

- Veselības departaments pārņem visas funkcijas, kuras iepriekš veica Vispārējā zobārstniecības padome, un
- visu noteikumu par zobārstniecību atcelšana.

Neveicot nekādus pasākumus, paliktu spēkā iepriekšējais 103.4(a) noteikums.

Saskaņā ar otro variantu tiktu veiktas vairākas izmaiņas, lai risinātu aptaujāto personu norādītās problēmas saistībā ar pašreizējiem noteikumiem par zobārstniecību. Proti, Vispārējā zobārstniecības padome ir izmantojusi tai dotās pilnvaras izstrādāt un pārraudzīt mutes dobuma ārstu kvalifikāciju, lai regulētu gan ar veselību saistītos, gan citus attiecīgās darbības aspektus, bet tā nav atbilstīgi nodrošinājusi to, ka pacienti ir informēti par procedūru cenām, pirms attiecīgās procedūras tiek veiktas. Vispārējā zobārstniecības padome tādējādi turpinātu pārraudzīt ar veselību saistītos jautājumus un ar neveselību saistītos darbības aspektus, bet attiecībā uz aspektiem, kas ir saistīti ar darbību, turpmāk būtu vajadzīgs Veselības departamenta apstiprinājums. Arī sūdzību procedūras turpmāk būtu Veselības departamenta pārraudzībā.

Saskaņā ar trešo variantu ministrija veiktu pienākumus saistībā ar jautājumiem par praktizējošo ārstu kvalifikāciju un lemtu par ieteikumiem attiecībā uz diagnozes uzstādīšanas procedūrām.

Saskaņā ar ceturto variantu pašreizējie noteikumi par drošību un darbību zaudētu spēku. Kvalifikāciju turpinātu izsniegt Vispārējā zobārstniecības padome, bet šāda kvalifikācija nebūtu vajadzīga prakses uzsākšanai. Potenciālie pacienti paši būtu atbildīgi par to, ka ir jāpārlicinās, vai ārstam ir attiecīgā kvalifikācija, un slikta pakalpojuma gadījumā būtu jāvērsas tiesā.

Konkurences novērtējums ir jāveic, jo, izvēloties regulatīvā priekšlikuma 1. variantu, uz konkurenci tiktu izdarīta ietekme, kas minēta ESAO Konkurences metodiskā materiāla “Konkurences kontrolsarakstā”. Proti, izvēloties 1. variantu, tiktu “kontrolēta vai būtiski ietekmēta cena, par kādu precī vai pakalpojumu tirgū var pārdot”, un “ierobežota preču piegādātāju vai pakalpojumu sniedzēju brīvība reklamēt vai realizēt attiecīgo precī vai pakalpojumu (neņemot vērā vispārējus ierobežojumus saistībā ar prasībām par precīziem marķējumiem un nepatiesas vai maldinošas reklāmas novēršanu)”.

2. Konkurences novērtējuma piemērs

2.1. Noteikumu mērķi

Šo noteikumu mērķi ir šādi:

- nodrošināt to, ka tiek pārbaudīta zobārstniecībā strādājošo personu drošība un kvalifikācija, kā arī tas, ka tiek sniegti atbilstīgi pakalpojumi, un
- izvairīties no nevajadzīgiem vai neproporcionāliem ierobežojumiem saistībā ar zobārstniecības pakalpojumu sniegšanu, jo īpaši tādiem ierobežojumiem, kas neatbilst sabiedrības interesēm.

2.2. Regulatīvās iespējas

Regulatīvās iespējas ir šādas:

1. variants. Neveikt nekādus pasākumus. Neveikt nekādus pasākumus, bet saglabāt pašreizējo regulatīvo saturu, saskaņā ar kuru Vispārējā zobārstniecības padome (privāta profesionālā organizācija) ir atbildīga par jautājumiem, kas ir saistīti ar zobārstniecību un citiem aspektiem, un sūdzību procedūru. Proti, pašreizējos noteikumos ir paredzēts, ka visām personām, kuras pārrauga zobārstniecību un to praktizē, ir jābūt vismaz profesionālajam grādam zobārstniecībā (zobārsta grādam), kas iegūts, apgūstot Vispārējās zobārstniecības padomes sertificētu programmu, un ka visām šīm personām ir jāpaliek Vispārējās zobārstniecības padomes locekļiem (t. i., jāievēro šādi ētiskie standarti: godīga maksas iekasēšanas prakse, pakalpojumu reklāma laikrakstos vai uz ziņojumu dēļiem publiskās vietās nedrīkst būt lielāka par 10 cm x 20 cm, nedrīkst veikt citu zobārstu pacientu konsultēšanu, zobārstu nedrīkst nodarbināt cita organizācija vai persona, kas nav zobārsts, un cenas nedrīkst būt zemākas par standarta cenām vietējā kopienā). Šie noteikumi nozīmē to, ka zobu higiēnisti un zobu tehniķi nedrīkst praktizēt, ja tas nenotiek zobārsta pārraudzībā.

2. variants. Zobārstniecības padome pārrauga medicīniskos jautājumus, valdība pārrauga uzņēmējdarbības prakses jautājumus. Šajā variantā Vispārējai zobārstniecības padomei tiek atļauts noteikt drošības un kvalitātes standartus, bet tai nav tiesības kontrolēt uzņēmējdarbības praksi, piemēram, cenas noteikšanu, reklāmu, konsultēšanu un uzņēmējdarbības organizēšanu. Uzņēmējdarbības prakses jautājumi nonāk Veselības departamenta pārraudzībā, un tas rīkojas saskaņā ar principu, ka personas varēs būt pašnodarbinātas un veikt darbības, kuras tās ir sertificēta veikt, ja vien šīs personas rīkojas godprātīgi un neizmanto maldinošu reklāmu. Veselības departaments kontrolēs arī sūdzību procedūru un noteikumus.

3. variants. Valdība pārrauga medicīniskos jautājumus un uzņēmējdarbības praksi. Veselības departamentam tiek piešķirtas tiesības noteikt praktizējošo ārstu kvalifikāciju un paredzēt ar zobārstniecību nesaistītos noteikumus, bet attiecībā uz pārējiem jautājumiem paliek spēkā 2. variantā minētie noteikumi.

4. variants. Noteikumu atcelšana. Tiek atcelti visi noteikumi. Proti, šajā jomā tiek ieviesta brīvprātīgās reģistrācijas sistēma (sertifikācijas sistēma), kuru pārvalda Vispārējā zobārstniecības padome, un potenciālie pacienti paši ir atbildīgi par to, ka ir jāpārbauda, vai ārstam ir attiecīgā kvalifikācija. Slikta pakalpojuma gadījumā pacientiem jāvērsas tiesā.

2.3. Ietekmētais tirgus

Šie noteikumi tieši ietekmē zobārstniecības pakalpojumu tirgu, kurā darbojas visi profesionāļi, kas var sniegt profilaktiskus pakalpojumus (piem., vispārēja pārbaude, rentgens un analīze), konsultēt par mutes dobuma veselību, veikt zobu protēžu fiksāciju un pārdošanu, protēžu labošanu, regulāru apkopi (piem., plombēšanu, ekstrakciju, zobakmens noņemšanu), komplekso apkopi (piem., kroņu likšanu), ortodontijas pakalpojumus, mutes dobuma ķirurģiju un kosmētisko apkopi (piem., zobu balināšanu). Tā kā valsts teritorija ir maza, tirgus ģeogrāfiskais apgabals ir visa valsts.

Noteikumiem visdrīzāk nebūs būtiskas ietekmes uz citiem piegādes ķēdes elementiem (t. i., materiālu un iekārtu piegādi).

Kaut arī tirgū nav liela koncentrācija (2005. gada aprīlī bija reģistrēti 3459 zobārstniecības profesionāļi, kas parasti darbojas kā pašnodarbināti zobārsti vai sadarbībā ar diviem vai trim citiem profesionāļiem), konkurence tirgū ir salīdzinoši maza, un katrs profesionālis “gaida” klienta ierašanos. Tā rezultātā:

- tiek uzspiesti ētikas standarti, saskaņā ar kuriem ir aizliegta jebkāda konkurence (tostarp reklāma);
- pastāv faktori, kas liedz klientiem viegli pāriet pie cita profesionāļa, piemēram, sarežģījumi ar medicīnisko datu nodošanu (daudzi zobārsti atsakās nodot šos datus citam zobārstam), kā arī informācijas trūkums par cenām un apkopi, un
- pastāv ierobežojumi piegādes pusē, kas liedz tirgū ienākt korporācijām, kā arī ierobežojumi zobu higiēnistiem un tehniķiem darboties neatkarīgi no zobārstiem.

2.4. Konkurences novērtējums

2.4.1. 1. variants. Neveikt nekādus pasākumus

Zobārsti turpinātu gūt labumu no vājās konkurences, un klientiem aizvien nebūtu informācijas, izvēles iespēju un zemākas izmaksas.

2.4.2. 2. variants. Zobārstniecības padome pārrauga medicīniskos jautājumus, valdība pārrauga uzņēmējdarbības jautājumus

Gaidāms, ka darbības izmaksas samazināsies, jo tiks dota lielāka brīvība izvēlēties uzņēmējdarbības modeli un zobārstniecības speciālisti tiks izmantoti efektīvāk. Turklāt ir gaidāmi lielāki ieguldījumi, jo korporācijām ir brīvāka pieeja kapitāla avotiem.

Ir sarežģīti precīzi prognozēt, kāda būs ietekme uz tirgus struktūru. No vienas puses, gaidāms, ka tirgū ienāks vairāk zobu higiēnistu un zobu tehniķu, jo tiem būs atļauts veidot savu praksi. Bet, no otras puses, tādu korporāciju un citu privāto uzņēmumu ienākšana, kas potenciāli ir lielāki nekā pašnodarbināti profesionāļi vai partnerības, var palielināt koncentrāciju tirgū. Ienākšanu tirgū palielinās arī iespēja īstenot tirgdarbības stratēģijas, kas agrāk bija aizliegtas, piemēram, reklāma, kuras mērķis ir popularizēt jaunu uzņēmumu vai piesaistīt konkurentu pacientus. Šīs iespējas sekmēs jaunu tirgus dalībnieku ienākšanu tirgū, jo tiem būs iespēja reklamēt savu praksi un tādējādi saīsināt laiku, kas vajadzīgs, lai iegūtu pietiekami daudz klientu un sāktu gūt ienākumus no ieguldījumiem.

Atceļot lielākos ierobežojumus saistībā ar noteikumiem, kuri neattiecas uz zobārstniecību, konkurence palielinātos, un tas nepasliktinātu pakalpojumu kvalitāti (noteikumi par praktisko darbību netiek mainīti, un sūdzību procedūra tiek padarīta efektīvāka). Turklāt, pastāvot centieniem iegūt vairāk klientu, būs pieejams lielāks informācijas apjoms. Tā ietekmē tirgum vajadzētu darboties efektīvāk, un patērētāji varēs izdarīt labāku izvēli.

2.4.3. 3. variants. Valdība pārrauga medicīniskos jautājumus un uzņēmējdarbības praksi

Ietekme uz konkurenci kopumā ir tāda pati kā 2. variantā, izņemot to, ka ir gaidāma kvalitātes pazemināšanās, jo Veselības departaments pārņems tehniskos un profesionālos noteikumu aspektus, un šo funkciju veikšanai departaments ir zemāk kvalificēts nekā profesionāļi.

2.4.4. 4. variants. Noteikumu atcelšana

Tāpat kā 2. un 3. variantā ir gaidāms darbības izmaksu samazinājums. Tomēr jaunie tirgus dalībnieki gūs lielāku labumu (sertifikācijas sistēmas ieviešanas dēļ). Tāpat ir gaidāmi arī lielāki ieguldījumi.

Gaidāms, ka palielināsies ienākšana tirgū ne tikai zobu higiēnistu un zobu tehniķu dēļ, bet tirgū ienāks arī visi tie profesionāļi, kuri nevarēja darboties, jo bija spēkā noteikumi par stāvokļa nemainību. Tomēr ietekme uz tirgus koncentrāciju nav skaidra, jo gaidāma jaunu un lielāku uzņēmumu ienākšana. Tāpat kā 2. un 3. variantā tirgū būs pieejams lielāks informācijas apjoms un tiks izmantotas jaunas tirgus stratēģijas. Taču, tā kā profesionāļu darbība nebūs ierobežota, šī informācijas plūsma var būt mulsinoša vai pat maldinoša, un tāpēc to nevarēs izmantot, lai samazinātu informācijas asimetriju starp pacientiem un profesionāļiem. Tādējādi tirgus var kļūt nepārredzamāks un var palielināties nepārlicinātība par pakalpojumiem. Tas nozīmē, ka tirgus darbosies neefektīvāk un patērētāji būs spiesti pieņemt neinformētākus lēmumus. Turklāt gaidāms, ka sertifikācijas sistēmas un neefektīvākas sūdzību procedūras dēļ kvalitāte kopumā pazemināsies.

Tāpēc, kaut arī šķiet, ka konkurence palielināsies, tas notiks uz kvalitātes rēķina.

2.5. Secinājumi

1. variantam visdrīzāk būs visnegatīvākā ietekme uz konkurenci, jo noteikumi rada tādas nevajadzīgus ierobežojumus zobārstniecībā, kas ne tikai samazina konkurenci, bet arī informāciju, kas ir pieejama patērētājiem informēta lēmuma pieņemšanai. Turpretī 2. un 3. priekšlikumam ir vairāki konkurenci veicinoši ieguvumi, jo salīdzinājumā ar pašreizējiem noteikumiem zobārsti vairs nevarēs ierobežot reklāmu, korporatīvo darbību un ar zobārstniecību saistīto profesionāļu nodarbinātību, kam ir konkurenci ierobežojoša ietekme. Tomēr, izvēloties 3. variantu, nevarētu efektīvi nodrošināt kvalitātes saglabāšanu. Visbeidzot, 4. variants rada vairākus konkurenci veicinošus ieguvumus, bet nav iespējams nodrošināt efektīvu tirgus darbību, jo netiek novērsta problēma saistībā ar informācijas asimetriju starp profesionāļiem un pacientiem.

Tādējādi, izvēloties 2. variantu, tiek sasniegti politiskie mērķi, vienlaicīgi vislabāk veicinot konkurenci. 2. variants visdrīzāk ir vislabākais, raugoties no konkurences uzlabošanas viedokļa.

3. GAISA KVALITĀTES NOTEIKUMI*

Šajā sadaļā ir izklāstīts konkurences novērtējuma paraugs saistībā ar valsts līmeņa izmaiņām gaisa kvalitātes noteikumos. Pirmkārt, ir aprakstīta pašreizējā situācija un iespējamās darbības. Šie materiāli tiktu sagatavoti saistībā ar plašu regulatīvu pārskatīšanu, un tāpēc tie neattiecas tikai uz konkurences novērtēšanu. Pēc šiem ievadmateriāliem ir izklāstīts konkurences novērtējuma paraugs.

Šis novērtējuma paraugs ir salīdzinoši īss. Atbilstošs būtu arī garāks vai īsāks novērtējums.

1. Pamatinformācija

Rietumu reģions ir blīvi apdzīvots, un tajā ir būtisks vides apdraudējums lielā gaisa piesārņojuma dēļ. Rietumu reģiona likumdevējs ir pilnvarojis Rietumu Tīrā gaisa padomi (RTGP), kas ir reģionālā regulatīvā institūcija, izstrādāt un īstenot noteikumus par motoru jaukto degvielu, lai kontrolētu gaisa piesārņojumu. RTGP apsvēra vairākas iespējas, kā samazināt automobiļu radīto gaisa piesārņojumu, un nolēma pieprasīt jaunu pārstrādes tehnoloģiju, lai varētu ražot motoru degvielu izmantošanai Rietumu reģionā. Pēc tam, kad pārstrādātāji bija ieguldījuši līdzekļus pārstrādes rūpnīcu pārveidošanā, viens no naftas uzņēmumiem (*Xoil*) paziņoja, ka tam pieder patents uz izmantoto tehnoloģiju un ka pārstrādātājiem ir jāmaksā par tehnoloģijas izmantošanas tiesībām. Pārstrādātāji sāka sūdzēties par augstajiem patenta procentmaksājumiem. Valdības darba grupa veica izmeklēšanu par RTGP noteikumu ietekmi un ziņoja, ka šie noteikumi nodrošina *Xoil* monopoltiesības saistībā ar attiecīgo pārstrādes tehnoloģiju licencēšanu, kas ir vajadzīga, lai ražotu motoru degvielu Rietumu reģionam, un ka, izmantojot šīs monopoltiesības, *Xoil* var palielināt konkurentu pārstrādes izmaksas, tādējādi kontrolējot motoru degvielas cenu Rietumu reģionā. Darba grupa secināja – *Xoil* nav atklājusi, ka tā ir iesniegusi patenta pieteikumu, kad attiecīgā tehnoloģija tika lobēta RTGP, un *Xoil* pat apgalvoja, ka šī tehnoloģija netiks patentēta. Patērētāju apvienības un kravas automobiļu vadītāji sāka sūdzēties par augstajām degvielas cenām pēc RTGP noteikumu pieņemšanas. Degvielas cenu Rietumu reģionā pieauga par 6 %, bet pārējā valstī tikai par 1 %. RTGP juristi secināja, ka regulators nevar sodīt *Xoil* par to, ka tas nav atklājis informāciju par patenta pieteikumu, un RTGP nevar atsaukt patentu. RTGP uzskata, ka pašreizējie noteikumi ne vienmēr atbilst sabiedrības interesēm un tiek apsvērtas citas iespējas.

2. Noteikumu mērķi

RTGP vēlas īstenot valsts Tīrā gaisa aktā paredzētos trīs politiskos mērķus: pirmkārt, nodrošināt labākus vides apstākļus, samazinot dzinēja emisijas, otrkārt, pareizi stimulēt uzņēmumus ieguldīt līdzekļus pētniecībā un attīstībā, lai izstrādātu motoru degvielu, kurai ir tīrāks sadegšanas process, un izvairītos no tīrākas degvielas tehnoloģiju pētniecības dublēšanās, un, treškārt, izvairīties no neproporcionāliem noteikumiem vides jomā, jo īpaši tādiem noteikumiem, kas nav sabiedrības interesēs, piemēram, ja tāpēc pieaug motoru degvielas cenas, kas izraisa lielāku sociālās labklājības samazināšanos salīdzinājumā ar sociālās labklājības pieaugumu, kas tiktu iegūts, uzlabojoties gaisa kvalitātei.

* Šo konkurences novērtējuma paraugu sagatavojis Ozlems Bedre [*Özlem Bedre*].

3. Regulatīvās iespējas

Tika piedāvāti vairāki risinājumi. Iespējas ir šādas:

1. variants. Saglabāt pašreizējo tehnoloģijas standartu. Neveikt nekādus pasākumus un saglabāt pašreizējos noteikumus, saskaņā ar kuriem pārstrādātājiem, lai ražotu degvielu Rietumu reģionam, ir jāizmanto *Xoil* pārstrādes tehnoloģija. *Xoil* tādējādi turpinātu pieprasīt no pārstrādātājiem monopolistiskas cenas vai procentmaksājumus par tehnoloģiju izmantošanu. Tā ietekmē ražošanas izmaksas motoru degvielai, kas paredzēta izmantošanai Rietumu reģionā, saglabātos augstā līmenī, un tādējādi arī degvielas cenas Rietumu reģionā būtu augstas.

2. variants. Veikt cenu regulēšanu ražošanas tehnoloģiju standartam. Noteikt citu tehnoloģiju par standartu, lai iegūtu tīrāk sadegošu motoru degvielas sastāvu un jaukšanas procesu, konsultējoties ar nozares apvienībām un uzņēmumiem, un vienlaicīgi regulēt izvēlētajā pārstrādes tehnoloģijas standarta cenu. Attiecīgās tehnoloģijas izstrādātājs pēc tam varētu pieprasīt regulēto cenu par tehnoloģijas izmantošanu. Tādējādi pārstrādātājiem būtu zināmas visas izmaksas saistībā ar tīrāk sadegošas motoru degvielas ražošanu pirms RTGP noteikumu pieņemšanas.

3. variants. Ieviest no rezultāta atkarīgu standartu. Nebūtu paredzēti noteikumi par to, kā ražot tīrāk sadegošu motoru degvielu, bet tiktu noteikts emisiju maksimums pēc jebkāda veida motoru degvielas sadegšanas. Katrs pārstrādātājs varētu brīvi izvēlēties metodi vai tehnoloģiju, kuru izmantot, lai ražotu motoru degvielu, kurai pēc sadegšanas būtu jārada mazāks emisiju apjoms, nekā tas paredzēts noteikumos.

4. variants. Ieviest emisiju nodokli. Netiek paredzēti noteikumi par to, kā ražot tīrāk sadegošu motoru degvielu, bet tiek ieviests nodoklis par Rietumu reģiona degvielas stacijās pārdotās degvielas emisiju līmeni, un, iespējams, tiek paredzēts emisiju maksimums pēc jebkāda veida motoru degvielas sadegšanas. Tāpat kā iepriekšējā variantā katrs pārstrādātājs varētu brīvi izvēlēties metodi vai tehnoloģiju, kuru izmantot, lai ražotu motoru degvielu, kas rada mazāku piesārņojumu, nekā tas paredzēts noteikumos. Turklāt degvielas stacijas (jeb motoru degvielas tirgotāji) maksātu nodokli, kas ir proporcionāls emisiju apjomam, kāds rodas pēc to pārdotās degvielas sadegšanas.

5. variants. Noteikumu atcelšana. Visi noteikumi tiek atcelti. Proti, pārstrādātājiem atļauj ražot jebkādu motoru degvielu un degvielas emisiju līmenim netiek paredzēti nodokļi, bet nozarē tiek ieviesta brīvprātīgās sertifikācijas sistēma par emisiju apjomu, kas nonāk atmosfērā pēc attiecīgās motoru degvielas izmantošanas. Patērētāji Rietumu reģionā varētu izvēlēties, kādu motoru degvielu iegādāties, un tādējādi arī izvēlēties, cik daudz maksāt par mazākām emisijām no saviem motorizētajiem transportlīdzekļiem.

4. Ietekmētais tirgus

Šie noteikumi tieši ietekmē to pārstrādes tehnoloģiju tirgu, kas ir vajadzīgas, lai ražotu RTGP noteikumiem atbilstīgu motoru degvielu (turpmāk tekstā – “tehnoloģiju tirgus”). Šie noteikumi netieši ietekmē arī tās motoru degvielas tirgu, kuru ir atļauts tirgot Rietumu reģionā (turpmāk tekstā – “motoru degvielas tirgus”).

Standartu noteikšana par to, kā veidot un apvienot īpašības, lai ražotu tīrāk sadegošu motora degvielu, konsultējoties ar nozares apvienībām un uzņēmumiem, ir efektīvs veids, kā atrast

efektīvu pārstrādes tehnoloģiju tīrākas motoru degvielas iegūšanai. Tomēr, tā kā RTGP noteikumos ir paredzēta konkrēta tehnoloģija, ir ierobežota konkurence tehnoloģiju tirgū, tādējādi palielinot patērētāju maksātās cenas motoru degvielas tirgū, jo, pirmkārt, ir ierobežots piegādātāju skaits tehnoloģiju tirgū, nosakot, ka darbībai ir vajadzīga licence, un, otrkārt, ir ierobežota piegādātāju konkurētspēja RTGP motoru degvielas tirgū, jo, pirmkārt, visiem pārstrādātājiem, izņemot *Xoil*, ir pieaugušas RTGP prasībām atbilstīgas motoru degvielas ražošanas izmaksas un, otrkārt, naftas uzņēmumiem ir radīts ģeogrāfisks šķērslis piegādāt degvielu Rietumu reģionam (naftas uzņēmumiem, kas darbojas citos reģionos, nav atļauts importēt motoru degvielu Rietumu reģiona izplatīšanas tīklā, ja importētā degviela netiek ražota, izmantojot RTGP standarta tehnoloģiju, kas ir *Xoil* patentētā tehnoloģija). Tā kā ar RTGP noteikumiem *Xoil* ir piešķirtas monopoltiesības tehnoloģiju tirgū un šīs monopoltiesības nodrošina *Xoil* konkurences priekšrocības pār citiem pārstrādātājiem, kas veic piegādi RTGP motoru degvielas tirgū, jo *Xoil* ir spējis palielināt konkurējošo pārstrādātāju izmaksas, pieprasot augstus licences maksājumus par savu tehnoloģiju.

5. Konkurences novērtējums

5.1. 1. variants. Saglabāt pašreizējo tehnoloģijas standartu

Xoil turpinātu gūt labumu no monopoltiesībām tehnoloģiju tirgū un vājās konkurences iepriekš minētajā RTGP motoru degvielas tirgū.

5.2. 2. variants. Veikt cenu regulēšanu ražošanas tehnoloģiju standartam

Šajā nozarē var būtiski uzlabot efektivitāti, kopīgi veicot izpēti, lai visefektīvāko tehnoloģiju noteiktu par standartu tīrāk sadegošas motoru degvielas pārstrādē. Papildus šiem ieguvumiem, regulējot attiecīgās tehnoloģijas cenu, RTGP prasībām atbilstīgas motoru degvielas ražošanai varētu nodrošināt zemas izmaksas, kas savukārt palīdzētu samazināt motoru degvielas cenas Rietumu reģionā. Šo cenu regulēšana samazinātu arī nenoteiktību saistībā ar ražošanas izmaksām, kas rodas, ražojot RTGP prasībām atbilstošu motoru degvielu. Tomēr, ņemot vērā, ka tiktu regulēta attiecīgo pārstrādes tehnoloģiju cena, uzņēmumiem būtu mazāks stimuls ieguldīt līdzekļus pētniecībā un attīstībā, lai šādu tehnoloģiju izstrādātu. Turklāt, lai atteiktos no *Xoil* tehnoloģijas un tās vietā iegūtu citu tehnoloģiju, tiktu zaudēti ieguldījumi *Xoil* tehnoloģijā. Ja pārstrādātājiem atļautu noteikt standartu, tad tiem varētu rasties iespēja ietekmēt sarunas par licences maksājumiem ar *Xoil*. Arī brīvprātīgas standarta shēmas ieviešanai var būt vairāki ieguvumi. Šādas shēmas ir visai izplatītas, ja pret tām neiebilst konkurences uzraudzības iestādes.

5.3. 3. variants. Ieviest no rezultāta atkarīgu standartu

Ja tiktu atcelti noteikumi par to, kā ražot tīrāk sadegošu motoru degvielu, tad katrs pārstrādātājs varētu izmantot jebkuru motoru degvielas ražošanas metodi vai tehnoloģiju. Turklāt, ja noteiktu emisiju maksimumu pēc jebkāda veida degvielas sadegšanas, katrs pārstrādātājs vai nu iegādātos licenci, vai pētītu tehnoloģijas, lai ražotu motoru degvielu, kas atbilst prasībām par emisiju maksimumu. Šādas regulatīvās sistēmas gadījumā pastāv lielāka iespēja, ka notiks pētniecības dublēšanās, bet pētniecības darba dublēšanās nerada acīmredzama kaitējumu, jo šādi var ātrāk rasties inovatīvi risinājumi, kā arī vairākas tehnoloģijas, no kurām izvēlēties. Būtu vairākas alternatīvas un tehnoloģijas, kuras varētu izmantot, lai ražotu tīrāk sadegošu motoru degvielu. Konkurence starp piegādātājiem tehnoloģiju tirgū būtu lielāka, kas nodrošinātu zemākas izmaksas tīrākas motoru degvielas ražošanā. RTGP varētu samazināt mehānisko transportlīdzekļu emisijas līdz vēlamajām

līmenim, nekaitējot konkurencei, un pārstrādātājiem būtu lielāka izvēles brīvība attiecībā uz ražošanas tehnoloģijām un ieguldījumiem pētniecībā un attīstībā, lai izstrādātu pārstrādes tehnoloģiju, ar kuras palīdzību var ražot tīrāk sadegošu motoru degvielu, ja vien nav lētāk iegādāties šādas tehnoloģijas licenci.

5.4. 4. variants. Ieviest emisiju nodokli

Ja tiktu atcelti noteikumi par to, kā ražot tīrāk sadegošu motoru degvielu, tad katrs pārstrādātājs varētu izmantot jebkuru motoru degvielas ražošanas metodi vai tehnoloģiju. Ja no degvielas stacijām iekasētu nodokli, kas ir proporcionāls to pārdotās degvielas emisiju līmenim, tad pārstrādātājiem būtu stimuls ražot tīrāku degvielu, jo minimāls emisijas nodokļa samazinājums būtu vienāds ar minimālu emisiju izmaksu samazinājumu. Katrs pārstrādātājs vai nu iegādātos licenci, vai veiktu neatkarīgu izpēti, lai iegūtu visefektīvāko tehnoloģiju, ar kuras palīdzību tas varētu ražot motoru degvielu, kas rada mazāku piesārņojumu. Emisiju maksimums pēc jebkāda veida motoru degvielas sadegšanas varētu būt neefektīvs tiem dažiem uzņēmumiem, kuri pieprasījuma palielināšanas nolūkā jau ir iecerējuši ražot motoru degvielu, kas rada mazāku piesārņojumu, nekā tas paredzēts noteikumos. Šis regulatīvais variants ievērojami stimulētu ieguldījumus pētniecībā un attīstībā, lai varētu ražot tīrāku motoru degvielu. Tāpat kā 3. variantā tīrāk sadegošas motoru degvielas ražošanai būtu pieejamas vairākas alternatīvas tehnoloģijas. Konkurence starp piegādātājiem tehnoloģiju tirgū būtu lielāka (pat vēl lielāka nekā 3. variantā, jo emisiju nodoklis rada lielāku stimulu ieguldīt līdzekļus pētniecībā un attīstībā), kas nodrošinātu zemākas izmaksas tīrākas motoru degvielas ražošanā.

Ja par degvielas stacijās pārdotu motoru degvielu iekasētu nodokli, kas ir proporcionāls emisiju līmenim, kas rodas pēc šīs degvielas sadegšanas, patērētāji izjustu negatīvo ietekmi, ko rada braukšanas radītais piesārņojums. Nodokļi palielinātu motoru degvielas cenas, samazinot pieprasījumu pēc motoru degvielas Rietumu reģionā. Vides nodokļi uzlabotu patērētāju labklājību, ja kaitējums patērētājiem augstāku degvielas cenu dēļ ir mazāks nekā sociālie ieguvumi, ko rada mazāks gaisa piesārņojums. Degvielas emisiju nodokļa pareizā līmeņa noteikšana nav viegls uzdevums.

Pārstrādātājiem (tāpat kā 3. variantā) būtu lielāka izvēles brīvība attiecībā uz ražošanas tehnoloģijām un lielāks stimuls ieguldīt līdzekļus pētniecībā un attīstībā, lai izstrādātu tādu pārstrādes tehnoloģiju, ar kuras palīdzību var ražot tīrāk sadegošu motoru degvielu, ja vien nav lētāk iegādāties šādas tehnoloģijas licenci.

5.5. 5. variants. Visi noteikumi tiek atcelti

Ja tiktu atcelti visi noteikumi, pārstrādātājiem būtu atļauts ražot jebkādu motoru degvielu. Tomēr nozarē ir jāizstrādā brīvprātīgas sertifikācijas sistēma saistībā ar emisiju līmeni, kas saistīts ar jebkāda veida motora degvielas izmantošanu, lai patērētāji būtu informēti par to, kura degviela pēc sadegšanas rada mazāku piesārņojumu. Patērētāji Rietumu reģionā varētu izvēlēties, kādu motoru degvielu iegādāties, un tādējādi arī izvēlēties, cik daudz maksāt par mazākām emisijām no saviem mehāniskajiem transportlīdzekļiem. Ja nebūtu noteikti nodokļi par degvielas emisiju līmeni, patērētāji būtu gatavi maksāt pārāk maz, lai samazinātu pēc motoru degvielas izmantošanas radītās emisijas, jo viņi neizjustu negatīvos faktorus, kas ietekmē citus indivīdus katra patērētāja radītā gaisa piesārņojuma dēļ. Tādējādi gaisa piesārņojums būtu daudz lielāks par vēlamo līmeni un arī lielāks nekā citu regulatīvo variantu gadījumā.

6. Noteikšana

Šajā analizē ir būtiski rast atbildi uz jautājumu par to, kurš no variantiem visvairāk veicinās atbilstīgas inovācijas. Trīs galvenie jautājumi ir šādi:

- Vai politika ir elastīga? Proti, vai novatoriem ir iespēja izvēlēties vislabāko veidu mērķa sasniegšanai?
- Vai politika attiecas uz piesārņotāju? Proti, vai tā tieši skar faktoros, nevis sekas vai tehnoloģiju?
- Vai attiecīgā politika ir plaša? Proti, vai tā attiecas uz dažādiem rezultātiem, pastāvīgi radot vēlmi izstrādāt tehnoloģijas, kas mazina izmaksas?¹

4. variants, iespējams, ir vislabākā izvēlē patērētāju labklājības ziņā, vienlaicīgi nodrošinot arī to, ka tiek īstenots mērķis, kas saistīts ar automobiļu emisiju samazināšanu. 4. variants ir elastīgs, tas attiecas tieši uz piesārņojuma radītāju un ir plaši piemērojams. 3. variants varētu būt otrā izvēle, jo tas nav plaši piemērojams, un tādējādi pārstrādātājiem nav stimuls radīt inovācijas, lai piesārņojums būtu mazāks, nekā tas paredzēts standartā. Izvēloties 3. un 4. variantu, tiek novērsti arī pret konkurenci vērstie ierobežojumi, kas pastāvētu, izvēloties 1. variantu. 1. varianta gadījumā Rietumu reģionā tiek samazināts gaisa piesārņojums un nozare var izvairīties no pētniecības darbu dubultošanās, kā arī par tīrāk sadegošas motora degvielas ražošanas standartu neizvēlas visefektīvāko pārstrādes tehnoloģiju. Tomēr 1. variantam ir visnelabvēlīgākā ietekme uz konkurenci, jo noteikumos licence ir paredzēta kā prasība, lai ražotu tīrāk sadegošu motoru degvielu, un tādējādi tiek radīts monopols tehnoloģiju tirgū. Turklāt ar šiem noteikumiem tiek ierobežota piegādātāju konkurētspēja motoru degvielas tirgū, jo tiek palielinātas motoru degvielas pārstrādes izmaksas un radīts ģeogrāfisks šķērslis ienākšanai Rietumu reģiona motoru degvielas tirgū. Tā ietekmē degvielas cenas Rietumu reģionā ir palielinājušās un ir samazinājusies patērētāju labklājība. Šo kaitējumu varētu novērst, ja tiktu īstenots 2. variants, kas nodrošina zemāku cenu par attiecīgo pārstrādes tehnoloģiju, jo tiek regulēta monopolcena, bet vienlaicīgi zūd stimuls ieguldīt līdzekļus pētniecībā un attīstībā, lai šādu tehnoloģiju vispirms izstrādātu. 3. un 4. variants dod pārstrādātājiem lielāku brīvību izvēlēties attiecīgo tehnoloģiju, jo tiek atcelti noteikumi par motoru degvielas ražošanas procesu. Izvēloties kādu no šiem variantiem, regulators varētu saglabāt gaisa piesārņojuma līmeni zem vēlamā līmeņa. Turklāt abos gadījumos pārstrādātājiem ir lielāks stimuls ieguldīt līdzekļus pētniecībā un attīstībā, lai izstrādātu pārstrādes tehnoloģiju tīrāk sadegošas motoru degvielas ražošanai. Izvēloties 4. variantu, tiek mainīts motoru degvielas patēriņš, jo tiek ieviests nodoklis par degvielu, kas ir proporcionāls emisiju līmenim, kāds rodas degvielas sadegšanas rezultātā. 5. variants nodrošina uzņēmumiem vislielāko brīvību, jo tie var izvēlēties pārstrādes tehnoloģiju neatkarīgi no emisijas standartiem un nodokļiem, bet 5. variants neveicina ne emisiju līmeņa samazināšanu, ne līdzekļu ieguldīšanu pētniecībā un attīstībā, lai ražotu tīrāk sadegošu degvielu, un tādējādi Rietumu reģionā netiek samazināts gaisa piesārņojums.

¹ Vairāk informācijas par galvenajiem jautājumiem vides inovāciju jomā skatīt avotā *OECD (2009) "Environmental Policy Framework Conditions, Innovation and Technology Transfer"* tīmekļa vietnē [http://www.oilis.oecd.org/oilis/2009doc.nsf/LinkTo/NT00006E5E/\\$FILE/JT03274164.PDF](http://www.oilis.oecd.org/oilis/2009doc.nsf/LinkTo/NT00006E5E/$FILE/JT03274164.PDF)