



- ▶ Numura tēma – konkurences tiesību ievērošanas programma
- ▶ Īsumā par būtisko:
  - [Pārskats par 2012. gadu](#)
  - [Augsta cena kā pārkāpums](#)
  - [Tiesa par pašvaldībām biznesā](#)
  - [Remonts bez robežām](#)
  - [Informācijas aizsardzība](#)
- ▶ Lasītāju tēma - [reklāma](#)

## Katram savs godīgas konkurences ceļvedis

Lai pārkāptu Konkurences likumu, var pietikt ar viena nezinoša vai ļaunprātīga darbinieka rīcību vai, piemēram, neatpazītu un tāpēc neatraidītu pretlikumīgu konkurenta piedāvājumu. Pareizi veidota **korporatīvā konkurences tiesību ievērošanas programma** var būt efektīvs rīks, lai savu uzņēmumu no šādiem riskiem pasargātu.

Lūkoties uz konkurences tiesību pārkāpumu kā uz risku var šķist neierasti, bet noteikti ne nepamatoti. Pārkāpums apdraud uzņēmuma finanses, labo slavu un attīstības iespējas. Lielajam naudas sodam var nākties pieskaitīt zaudējumu atlīdzības, kas jāizmaksā pārkāpumā cietušajiem, tiesvedības izmaksas. Savukārt nākotnes attīstību var klupināt ne vien par dalību kartelī paredzēta gadu ilgā diskvalifikācija no dalības publiskajos iepirkumos, bet arī iespēja zaudēt potenciālos sadarbības partnerus, jo īpaši no valstīm ar senākām konkurences tiesību tradīcijām.

Latvijā par konkurences tiesību pārkāpumiem nedraud kriminālatbildība, bet tas arī nozīmē, ka par pārkāpumu atbild viss uzņēmums, pat ja pārkāpumu īstenojis viens cilvēks. Konkurences padomes lietās uzņēmumu pārstāvji nereti skaidro, ka vadība nav zinājusi par darbinieka rīcību. Šādos gadījumos, neatkarīgi no tā, vai

teiktais ir patiesība vai vienkārši mēģinājums izvairīties no atbildības, sods tik vai tā tiks piemērots uzņēmumam kopumā.

Tāpēc – jā, pārkāpums var būt risks un konkurences tiesību ievērošanas programma būtībā ir uzņēmuma stratēģija, kā šādu risku pēc iespējas samazināt.

Eiropas Komisijas konkurences uzraugi novērojuši, ka savas programmas ir izstrādātas uzņēmumiem, kas iepriekš saskārušies ar pārkāpumiem, tomēr šobrīd uz tām arvien biežāk raugās kā uz neatņemamu labas un ilgtspējīgas uzņēmuma pārvaldības sastāvdaļu. Kā tas notiek Latvijā? Daļa uzņēmumu programmas saņēmusi mantojumā no starptautiskām māteskompānijām, tomēr ir uzņēmumi, kas tādas izstrādājuši paši. Mazāk pozitīvais piemērs ir uzņēmumi, kam savus darbiniekus izglītot par pienākumu uzlikusi Konkurences padome.

### Kā izveidot tieši savam uzņēmumam piemērotu programmu

Atkarībā no tā, cik liels ir uzņēmums, ar ko tas nodarbojas un ar ko sadarbojas, arī iespēja saskarties ar konkurences tiesību pārkāpumu ir

ļoti atšķirīga. Attiecīgi pilnīgi atšķirīgi var būt arī nepieciešamie piesardzības soļi – lielākiem uzņēmumiem tās var būt komplicētākas

stratēģijas, maziem īsas un kodolīgas. Galvenais, lai tās pildītu savu uzdevumu – ne vien radītu, bet arī ilgtermiņā uzturētu darbinieku izpratni par

Trīs soļi konkurences tiesību ievērošanas programmas izveidei:

**1. Risku apzināšana.** Lai savā programmā iekļautu tieši to informāciju, kas uzņēmumam ir būtiska, svarīgi saprast, kādā veidā uzņēmums varētu pārkāpt Konkurences likumu. Nākamais solis – saprast, kuri ir tie darbinieki, kas ir visvairāk pakļauti pārkāpumu riskam. Kad tas izdarīts, tālākais darbs jākoncentrē tieši uz šiem pārkāpumiem un darbinieku grupām.

#### ***Kā atpazīt potenciālos pārkāpumus.***

Konkurences likumā ir noteikti šādi pārkāpumu veidi – [aizliegtas vienošanās](#), [dominējošā stāvokļa launprātīga izmantošana](#) un [dominējošā stāvokļa mazumtirdzniecībā launprātīga izmantošana](#). Vairumam uzņēmumu lielāka iespējamība būs iesaistīties aizliegtās vienošanās, jo, lai paveiktu abus pārējos pārkāpumus, uzņēmumam jāatrodas dominējošā stāvoklī vai dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā. Katram uzņēmumam būs savi specifiskie riski, bet piemēri, kas norāda uz paaugstinātu pārkāpumu iespējamību, var būt šādi:

- Bieža komunikācija ar konkurentiem, piemēram, nozares asociācijās, dažādos pasākumos, var varbūt auglīga vide dažādām aizliegtām vienošanās;
- Līdzšinēji nozares uzņēmumu pārkāpumi liecina gan par nepareizu konkurences kultūru, gan par to, ka pārkāpumu paveikt ir bijis praktiski iespējams;
- Ja uzņēmumam ir maz konkurentu, risks, ka kāds vēlēties aizliegti vienoties, palielinās – to vienkārši ir

**2. Aizliegumu apraksts.** Kad riski un cilvēki, kas ar tiem jo īpaši var saskarties, ir atpazīti, jārada programmas kodols – konkrēto aizliegumu apraksts. Bet! Tā kā visus teorētiski iespējamus pārkāpumus uzskaitīt nekad nebūs iespējams,

iespējamajiem draudiem un pareizo rīcību, ar tiem saskaroties.

vieglāk izdarīt nekā sīvas konkurences apstākļos;

- Cieša sadarbība ar konkurentiem, piemēram, vienoti iepirkumi, mārketinga vai kādas citas atļautas sadarbības formas vienmēr palielina risku, ka, sadarbībai kļūstot pārāk ciešai, tiks pārkāpts likums;
- Dalība publiskajos iepirkumos, ņemot vērā līdz šim konstatēto aizliegto vienošanos skaitu tieši šādos apstākļos, arī var kalpot par iemeslu atgādināt sev par nepieciešamību to darīt individuāli, nesaskaņoti un nekropļojot tirgu;
- Izteikti liela tirgus daļa, jo īpaši, ja tā pārsniedz 40 %, noteikti ir pietiekams iemesls pārvērtēt, vai uzņēmums neatrodas dominējošā stāvoklī tirgū. Ja atrodas, tad tam jāievēro īpaša piesardzība attiecībā pret saviem klientiem, piegādātājiem un konkurentiem;
- Lieliem mazumtirdzniecības uzņēmumiem risku rada to tirgus vara, par ko, savukārt, liecina piegādātāju atkarība jeb nespēja atteikt mazumtirgotāja piedāvājumiem, pašam piegādātājam neizdevīgajiem sadarbības nosacījumiem;
- Situācijā, kad uzņēmuma pircēji ir vienlaikus arī tā konkurenti, uzņēmumam var būt iespēja nostādīt sevi labvēlīgākā situācijā.

Savukārt visvairāk pakļauti riskam būs tie darbinieki, kas visvieglāk spētu īstenot pārkāpumus – piemēram, tirdzniecības pārstāvji, cilvēki, kas regulāri sazinās ar konkurentiem, plāno uzņēmuma darbības attīstību vai cenu stratēģiju, organizē dalību publiskajos iepirkumos.

pirmām kārtām šim aprakstam jārada izpratne par aizliegumu jēgu un būtību, ko tālāk var papildināt ar uzņēmuma darbības jomai tipiskajiem piemēriem.

Tā par ***aizliegtām vienošanās*** galvenais ir izskaidrot, ka uzņēmumiem ir pēc būtības liegts likvidēt savstarpējo konkurenci, vien tālāk ar piemēriem skaidrojot, kā tas var notikt. Tipiskākie un arī smagākie vienošanās aizlieguma pārkāpumi, kas būtu jāizskaidro, ir vienošanās ar konkurentu par konkrētu cenas līmeni, vienošanās sadalīt darbības teritorijas, piedāvājumu saskaņošana publiskajos iepirkumos. [Iespējamie pārkāpumi piemēru veidā](#) uzskaitīti arī Konkurences likumā. Daļai uzņēmumu var būt īpaši svarīgi izskaidrot, ka, saskaroties ar pretlikumīgu konkurenta piedāvājumu, piemēram, saskaņot cenas vai apmainīties ar informāciju, nepārprotami jānoraida šāds priekšlikums un, vēlams, jāvēršas Konkurences padomē, lai novērstu aizdomas no sava uzņēmuma.

Tirgū ***dominējošiem uzņēmumiem*** jāapzinās, ka tiem uzlikta īpaša atbildība neizmantojot savu lielo tirgus varu ļaunprātīgi, lai ar savām darbībām nekaitētu sadarbības partneriem, kas no šī uzņēmuma ir atkarīgi. Īpašās atbildības princips nostiprināts Eiropas Kopienų tiesas lemtajā *Michelin* lietā, uz to savos lēmumos atsaucas arī Latvijas Konkurences padome, piemēram, lietā par Starptautiskās lidostas „Rīga” pārkāpumu

**3. Ieviešana un uzturēšana.** Lai apzinātie riski patiesi tiktu novērsti, uzņēmumam nepieciešams radīt sistēmu, kā zināšanas un izpratni par pareizu rīcību iedzīvināt un padarīt par iekšējās kultūras sastāvdaļu. Visticamāk, uzņēmumam jau ir izstrādāta sistēma, kā nodot darbiniekiem svarīgu informāciju – regulāras apmācības, jauno darbinieku ievadīšana, novērtēšanas pasākumi, pārrunas – kas var tik izmantoti arī konkurences tiesību ievērošanas programmai. Apzinoties, cik lieli ir riski, uzņēmums var lemt, cik formāla būs darbinieku atbildība – ja vienā uzņēmumā var

([skat. 8. punktu](#)). Šeit tipiskākie piemēri, kurus vērts izskaidrot, ir nevienlīdzīga attieksme pret sadarbības partneriem, ar kuriem tiek veikti pēc būtības ekvivalenti darījumi, preču sasaistīšana, kad, pārdodot preci vai pakalpojumu, ko īsti nevar iegādāties citur, pircējam tiek uzspiesta vēl kādas papildu preces vai pakalpojuma iegāde. Tāpat dominējošam uzņēmumam jābūt īpaši piesardzīgam, nosakot cenas – tās nedrīkst tik ilgstoši apzināti uzturētas pārāk zemas, lai no tirgus izspiestu mazākos konkurentus, bet bezkonkurences apstākļos tās nedrīkst būt arī pārmēru augstas. Arī šim pārkāpumam [piemēri uzskaitīti likumā](#).

Vienkāršāk apzināt potenciālos pārkāpumus, ja uzņēmums neatrodas klasiskā dominējošā stāvoklī, bet tam ir ***liela tirgus vara tieši mazumtirdzniecībā*** – Konkurences likumā ietverts [izsmelošs iespējamo pārkāpumu saraksts](#) (skat. 13. panta otro daļu). Attiecīgi lielajiem mazumtirgotājiem īpaši rūpīgi jādomā, kā tiek organizēta preču atdošana atpakaļ, kā tiek panākta vienošanās par dažādām atlaidēm, mārketinga aktivitātēm un maksājumiem, cik ātri tiek apmaksātas piegādes un kā tiek noteiktas soda sankcijas par līgumsaistību nepildīšanu.

pietikt ar darbinieku informēšanu, citā var tikt meklēti formālāki risinājumi, darbiniekiem rakstveidā apņēmoties nepārkāpt konkurences tiesības.

Īpaši būtiski šajā posmā ir parūpēties, lai cilvēki zinātu, pie kā vērsties pēc padoma, saskaroties ar kādu no pārkāpumu riskiem – tieši skaidrs rīcības plāns palīdzēs izstrādātajai programmai nepalikt tikai „uz papīra”. Ja tas iespējams, šo cilvēku var noteikt par atbildīgo, kas seko līdzī konkurences tiesību piemērošanas praksei konkrētajā nozarē.

---

## Ja pārkāpums tomēr notiek

Konkurences tiesību ievērošanas programmas mērķis ir pasargāt uzņēmumu no pārkāpuma izdarīšanas. Ja tomēr pārkāpums noticis, programmas esamība uzņēmumu neglābs no

atbildības. Tāpēc programmu jāveido, pēc iespējas godīgi raugoties uz sevi, jo ar to paredzēts ietekmēt tikai un vienīgi paša uzņēmuma rīcību un lēmumus.

---

## Uzziņai

Informācija par konkurences tiesību ievērošanu Eiropas Komisijas interneta vietnē:

<http://ec.europa.eu/competition/antitrust/compliance/>

---

## Īsumā par būtisko

---

### Pārskats par 2012.gadu

Publiskajā pārskatā saskaitīts, pārskatīts un aprakstīts Konkurences padomes pērnajā gadā paveiktais. Kopumā 51 lēmums, 12 konstatēti pārkāpumi, pabeigtas 12 tirgu uzraudzības, izstrādāti priekšlikumi likumu grozījumiem, veiksmīgi īstenots *Twinning* projekts Moldovā, izveidota jauna mājas lapa, iegūts novērotāja statuss OECD.

Īsam vizuālam priekšstatam – [infografiks](#)

Detalizētam apraktam – [Publiskais pārskats](#) (.pdf)

### Kad cenas ir pārāk augstas

Konkurences padome nereti ir uzsvērusi, ka Latvijā valsts cenas neregulē, par cenu līdzsvaru parūpējas tirgus spēki un attiecīgi pircējs ar savu izvēli pirt vai nepirtk dārgo vai lēto preci vislabāk parāda uzņēmumiem, kādas cenas tie var atļauties likt. Savukārt valsts iejaukšanās uzņēmumu cenu politikā ir iespējama tikai tad, kad pircēji objektīvi nespēj būt pretspēks uzņēmumam – kad, ļaunprātīgi izmantojot savu tirgus varu, pārāk augstas vai zemas cenas piemēro tirgū dominējošie uzņēmumi.

Spilgts piemērs šādai izņēmuma situācijai ir [Konkurences padomes piemērotais sods AKKA/LAA](#). AKKA/LAA ir vienīgā organizācija Latvijā, pie kuras var vērsties tirgotāji un pakalpojumu sniedzēji, lai iegūtu tiesības atskaņot mūziku apmeklētājiem domātās telpās. Izmantojot to, ka uzņēmumiem nav iespējas izvēlēties citu autortiesību organizāciju, AKKA/LAA piemēroja tarifu, kas bija ievērojami augstāks par līdzīgiem tarifiem ne vien Lietuvā un Igaunijā, bet arī vairumā citu ES dalībvalstu.

## Tiesa par atkritumu apsaimniekošanu pašvaldībās

Administratīvā apgabaltiesa ar [šī gada 20. maija spriedumu](#) atzinusi, ka Limbažu novada un Cēsu novada pašvaldības, bez iepirkuma izvēloties sadzīves atkritumu apsaimniekotāju, rīkojušās prettiesiski. Šāds spriedums, kaut arī vēl pārsūdzams, ir būtisks solis ieilgušajā diskusijā ne vien par konkurences nodrošināšanu tieši atkritumu apsaimniekošanā, bet arī par pašu *in-house* principu, kas ļauj pašvaldībām izvairīties no iepirkumu rīkošanas.

Tiesa norādījusi – lai nerīkotu iepirkumu, pašvaldības izveidotajai komercsabiedrībai bija ne vien jāatbilst tiem izņēmuma gadījumiem, kad publiska persona vispār drīkst veikt uzņēmējdarbību, bet arī bija jānodrošina, lai konkrēto pakalpojumu sfērā netiktu deformēta konkurence.

**Pašvaldības uzņēmējdarbībā.** Izņēmuma gadījumi, kad Latvijā ar uzņēmējdarbību var nodarboties valsts vai pašvaldība, ir noteikti [Valsts pārvaldes iekārtas likumā](#). Tipiskākie piemēri ir komunālie pakalpojumi, sabiedriskais transports un citi pakalpojumi, ko privātie uzņēmumi objektīvi nespēj nodrošināt. Tomēr bažas rada gadījumi, kad pašvaldība uzsāk uzņēmējdarbību tādos tirgus, kur līdz šim veiksmīgi darbojušies vai arī potenciāli varētu darboties privāti uzņēmumi (piemēram, zobārstniecības pakalpojumi, apbedīšana, mazumtirdzniecībā u.c., vairāk par šo – [Deloitte pētījumā](#)), jo ar pašvaldības administratīvajiem resursiem iespējams izkropļot vai pat likvidēt konkurenci tirgū. Rezultātā privātie uzņēmumi ir spiesti pārtraukt savu darbību, zaudējot līdz šim ieguldīto un atlaižot darbiniekus. Šāda iejaukšanās uzņēmējdarbības vidi padara mazāk drošu un paredzamu, tādējādi mazinot cilvēku motivāciju veidot savu privāto uzņēmumu Latvijā. Labvēlīgu vide un ienākumi tikai pašvaldībai pietuvinātiem uzņēmumiem ir šķērslis privātā biznesa izaugsmei konkrētajā pašvaldībā un palielinās risks zaudēt aktīvākos un uzņēmīgākos iedzīvotājus. Savukārt konkurences neesamībai parasti seko tādas neizbēgamas un patērētājiem nepatīkamas sekas kā cenu paaugstināšanās un kvalitātes kritums.

***In-house* princips.** Publisko iepirkumu likumā noteiktais *in-house* princips ļauj nerīkot konkursu, ja pakalpojumu nodrošina pašvaldībai daļēji vai pilnībā piederošs uzņēmums. Līdz šim viskaļāk *in-house* principa negatīvie efekti atbalsojušies atkritumu apsaimniekošanas jomā, kur neapmierinātību pauduši gan [iedzīvotāji](#) un [lielākie klienti](#), kam atņemtas izvēles iespējas un uzspiesti sadārdzināti pakalpojumi, gan privātie atkritumu apsaimniekotāji, kam liegta iespēja piedalīties konkurences cīņā.

**Konkurences padomes un tiesu iebildumi.** Konkurences padome līdz šim vairākkārt ir aicinājusi likumdevēju atteikties no *in-house* principa vai saprātīgi ierobežot tā piemērošanu. Tāpat arī Augstākās tiesas Senāta Administratīvo lietu departaments jau 2010. gada 9. aprīļa lēmumā pauda, ka *in-house* princips nav piemērojams, ja pašvaldībai piederošā pakalpojuma sniedzēja komercdarbība neatbilst Valsts pārvaldes iekārtas likuma prasībām. Lēmuma tiesa norādīja: „Ja publiskās personas veiktajai komercdarbībai trūkst attaisnojuma un ja tādējādi pastāv bažas, ka neattaisnoti var tikt izkropļots tirgus, tad uz šādiem gadījumiem nav attiecināmi noteikumi, kas paredz vēl papildu konkurences ierobežojumus. Pie šādiem noteikumiem pieskaitāms arī Publisko iepirkumu likuma 3. panta pirmās daļas 7. punkts, kas paredz iespēju nerīkot iepirkuma procedūru.”

**Ko jāņem vērā iepirkumu rīkotājiem.** Lai arī, neraugoties uz tiesu spriedumiem un Konkurences padomes atzinumiem, Saeimas Tautsaimniecības komisija 4. jūnija sēdē noraidīja Ekonomikas ministrijas un Finanšu ministrijas izteiktos priekšlikumus problēmas risināšanai, jau šobrīd pasūtītājiem, ņemot vērā izveidojušos tiesu praksi, pirms *in-house* principa piemērošanas ***ir rūpīgi jāizvērtē, vai tiem piederošais uzņēmums atbilst Valsts pārvaldes iekārtas likuma prasībām un vai netiks deformēta konkurence***, pretējā gadījumā tam var draudēt zaudēta tiesvedība ar pienākumu nodrošināt iepirkumu procedūru konkrētā pakalpojuma iegādei.

## Garantijas remonta nesniegšana kā neatļauts ierocis konkurences cīņā

Ja sadzīves tehnikai, kas nav pirkta Latvijā, netiek veikts garantijas remonts, patērētāji var ne tikai nevēlēties paši iegādāties šīs preces ārpus Latvijas, bet arī nepirkt tās no tirgotājiem, kas nav ražotāja oficiālie izplatītāji, pat tad, ja šādi konkrēto preci būtu iespējams iegādāties lētāk. Rezultātā alternatīvo, neoficiālo tirgotāju konkurētspēja mazinās, bet oficiālie tirgotāji, apzinoties, ka patērētāji nemeklēs citus ceļus, kā tik pie nepieciešamās preces, var brīvi noteikt augstākas cenas. Tāpēc no konkurences tiesību viedokļa šāda **garantijas remonta ierobežošana uzskatāma par aizliegtu vienošanos**. Turklāt, tā kā šāds pārkāpumus visticamāk skartu tirdzniecību starp ES dalībvalstīm, pārkāpts būtu ne vien Latvijas Konkurences likums, bet arī Līgums par Eiropas Savienības darbību.

Sadzīves elektrotehnikas remonta pakalpojumu sniegšanas [tirgus uzraudzības](#) ietvaros gūtā informācija radīja bažas, ka līdzīgi konkurences ierobežojumi varētu pastāvēt Latvijas tirgū, tāpēc Konkurences padome uzrunāja uzņēmumus, kas ir šī tirgus dalībnieki, skaidrojot aizlieguma būtību un aicinot pārskatīt savus līgumus, nosakot, ka garantijas remonts jānodrošina neatkarīgi no tā, kurā valstī prece ir iegādāta, un arī tādām precēm, kuras nav pirktas pie oficiālajiem izplatītājiem Latvijā. Tomēr kritiski uz savām līgumsaistībām jāpalūkojas visu nozaru uzņēmumiem, kuru tirgotājām precēm nepieciešams garantijas remonts.

## Komercinformācijas aizsardzībai

Nesen pieņemtais Konkurences padomes lēmums, ar kuru par aizliegtu vienošanos, saskaņojot dalību publiskā iepirkumā, [sodīti divi būvniecības uzņēmumi](#), parāda, cik svarīgi ir sargāt savu komercinformāciju, lai nepieļautu, ka notiek aizliegta informācijas apmaiņa.

Minētajā lietā uzņēmums uzticējies iepirkuma piedāvājuma gatavošanu speciālistam no cita uzņēmuma, kas arī piedalās šajā iepirkumā, tādējādi dodot iespēju šo informāciju izmantot pretlikumīgi.

### Drīzumā:

- Plānoto Konkurences likuma grozījumu izsludināšana Valsts Sekretāru sanāksmē
- Konkurences padomei jāizvērtē vairākas apvienošanās lietas: SIA "Plesko Real Estate" un SIA "Loras Nami" aktīvu iegūšanas darījums, UAB "Malinvest" un AS "Rīgas Dzirnavnieks" darījums, kā arī un AS "Virši-A", SIA "Viršu nekustamie īpašumi", SIA "SPACE", SIA "Eskāda" un SIA "APARTS" darījums.



# Reklāma – patstāvīgas cīņas lauks

Pircēju uzrunāšanai uzņēmumiem būtu jāizmanto sava vai reklāmas speciālistu izdoma un profesionalitāte. Kad šo divu īpašību pietrūkst, nereti tiek meklēti vienkāršāki veidi – ideju vai pat identitātes zagšana, nomelnošana, pircēju maldināšana un citi Reklāmas likuma vai negodīgas konkurences aizlieguma pārkāpumi.

Par negodīgo taktiku aktualitāti liecina tas, cik bieži Konkurences padome saņem iesniegumus par Reklāmas likuma pārkāpumiem un negodīgas konkurences gadījumiem. Arī tēma, ko ieteikuši „Konkurence tuvplānā” lasītāji, ir tieši par šādiem pārkāpumiem.

Ir saprotams, kāpēc Konkurences padomei to jautā – līdz pat 2008. gada nogalei Konkurences padome šādus iesniegumus izskatīja un tieši Konkurences padomes lēmumi iedibināja praksi, kā šie pārkāpumi tiek vērtēti, un arī ievērojami cēla nozares zināšanu līmeni, par to, kas ir un kas nav atļauts.

Tomēr kopš 2009. gada situācija ir mainījusies – **Konkurences padome vairs neveic negodīgas konkurences un tādas maldinošas un salīdzinošas reklāmas, kurai nav būtiskas ietekmes uz**

## Kā rīkoties uzņēmumiem

Lai gan Konkurences padomei vairs nav iespējas palīdzēt uzņēmumiem, kas saskaras ar negodīgu konkurenci, tas nenozīmē, kas uzņēmumi paliek neaizsargāti un pārkāpēji – nesodīti. Spēkā joprojām ir aizliegumi, kas noteikti [Reklāmas likuma 8. un 9. pantā](#) un [Konkurences likuma 18. pantā](#). Īsumā tas nozīmē, ka ir aizliegts izplatīt salīdzinošu vai maldinošu reklāmu, kā arī, piemēram, atdarināt cita uzņēmuma zīmolu vai tā preces, apmelot citu uzņēmumu vai tā darbiniekus, neatļauti iegūt konkurenta komercinformāciju vai izmantot draudus vai uzpirkšanu.

## Kā rīkoties patērētājiem

Patērētāju intereses aizsargā [Patērētāju tiesību aizsardzības centrs](#), bet attiecībā uz speciālām

**konkurenci kopumā, uzraudzību**, un savu darbu velta smagāko konkurences tiesību pārkāpumu – aizliegtu vienošanos un dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas – apkarošanai, kā arī apvienošanās kontrolei.

Šādas izmaiņas mudināja veikt ar krīzi saistītais budžeta samazinājums, kā dēļ iestādei bija jāatsakās no atsevišķām funkcijām. Būtisks

bija arī apsvērums, ka negodīgas konkurences pārkāpumi parasti skar divu uzņēmumu individuālās intereses un nenodara būtisku kaitējumu sabiedrības interesēm un konkurencei kopumā. Ņemot vērā Konkurences padomes un administratīvo tiesu izveidoto praksi negodīgas konkurences noteikumu piemērošanā, kā arī

to, ka negodīgas konkurences pārkāpumus jau līdz izmaiņu izdarīšanai vienlaikus ar Konkurences padomi varēja konstatēt arī vispārējās jurisdikcijas tiesa, izmaiņas neradīja būtiskas pārorientēšanās grūtības ne uzņēmumiem to interešu turpmākai aizsardzībai, ne tiesām – šīs tiesību normas piemērošanā.

Šobrīd ***no pārkāpuma cietušie uzņēmumi savas intereses var aizstāvēt, iesniedzot civiltiesisku prasību vispārējās jurisdikcijas tiesā*** par pārkāpuma pārtraukšanu un zaudējumu piedziņu.

Lai iepazītos ar negodīgas konkurences aizlieguma un Reklāmas likuma piemērošanas praksi un izvērtētu, kā rīkoties, uzņēmumiem ir iespēja iepazīties ar lēmumiem, ko Konkurences padome pieņēmusi līdz 2009. gadam, izmantojot Konkurences padomes [lēmumu datu bāzes meklēšanas rīku](#).

jomām – [Pārtikas un veterinārais dienests](#) un [Veselības inspekcija](#).

Vērst pašu reklāmas veidotāju uzmanību, piemēram, uz neētiskām reklāmām, iespējams, uzrunājot [Latvijas Reklāmas asociāciju](#) – tā ir

nevalstiska organizācija un viens no tās mērķiem ir palīdzēt nozarei pašregulēties un uzlabot reklāmas kvalitāti.

---

## **Kad Konkurences padome var iejaukties**

Lai arī negodīgas konkurences un reklāmas gadījumus skata tiesa, pastāv viens izņēmums, kad to risināšanā var iesaistīties Konkurences padome – tie ir tādi Reklāmas likuma pārkāpumi, kas rada būtisku kaitējumu nozarei kopumā. Tas nozīmē, ka tās būs reklāmas, kas ir adresētas nevis patērētājiem, bet gan uzņēmumiem, turklāt pārkāpums neaizskar individuāla uzņēmuma atsevišķās intereses, bet rada vai var radīt būtisku kaitējumu konkurencei kopumā.

Tomēr arī šajos gadījumos Konkurences padome var likt novērst pārkāpumu, bet nevar pārkāpējam piemērot naudas sodu.

Tāpat Konkurences padome nevar lemt par zaudējumu piedziņu – ja cietušais uzņēmums vēlas saņemt kompensāciju, tam jāvēršas tiesā.

[Vairāk informācijas par Reklāmas likuma piemērošanu](#)