



KONKURENCES PADOME

Blaumaņa ielā 5a, Rīgā, LV-1011 ♦ tālr. 67282865 ♦ fakss 67242141 ♦ e-pasts: council@kp.gov.lv

L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 18

(Prot. Nr.26., 5 §)

2009.gada 18.jūnijā

Par lietas izpētes izbeigšanu

Lieta Nr. P/08/06/19

Par Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 1.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „Baltic Multi Media” darbībās

Konkurences padome pamatojoties uz Konkurences likuma 6., 7., 9. pantā noteikto 2008.gadā veica elektronisko māsaimniecības ierīču vairumtirdzniecības tirgus uzraudzību. Šīs tirgus uzraudzības ietvaros tika iegūta informācija, kas liecināja par iespējamām Konkurences likuma tiesiskā pārkāpuma pazīmēm SIA “Baltic Multi Media” darbībās.

Ņemot vērā tirgus uzraudzības laikā iegūto informāciju, Konkurences padome uz pašiniciatīvas pamata, pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 1.punktu, 22.panta 2.punktu, 24.pantu, 15.10.2008. ierosināja lietu Nr.P/08/06/19 „Par Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 1.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „Baltic Multi Media” darbībās”.

Konkurences padome 28.08.2009. (Prot.Nr.21, 2.§), pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 2.punktu un 27.panta otro daļu nolēma pagarināt lēmuma pieņemšanas termiņu lietā līdz 18.06.2009.

Ievērojot Konkurences likuma 26.panta sestajā daļā noteikto, Konkurences padome pēc lēmuma pieņemšanai nepieciešamo faktu konstatēšanas nosūtīja 21.04.2009. vēstuli Nr.722 SIA „Baltic Multi Media”. Nosūtītajā vēstulē Konkurences padome informēja administratīvā procesa dalībnieku par tiesībām iepazīties ar lietu, izteikt savu viedokli un iesniegt papildu informāciju. 30.04.2009. ar lietas Nr.P/08/06/19 materiāliem iepazīnās SIA „Baltic Multi Media” pilnvarotie pārstāvji.

Saskaņā ar Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra Komercreģistra datiem:

SIA „Baltic Multi Media” Reģ.Nr.40003063686, juridiskā adrese – Ventspils iela 50, Rīga.

Izvērtējot SIA „Baltic Multi Media” un citu tirgus dalībnieku sniegto informāciju, kā arī Konkurences padomes rīcībā esošo un papildus iegūto informāciju, Konkurences padome

konstatēja:

1. Normatīvo aktu regulējums

Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 1.punkts nosaka, ka *„Ir aizliegtas un kopš noslēgšanas brīža spēkā neesošas tirgus dalībnieku vienošanās, kuru mērķis vai sekas ir konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana Latvijas teritorijā, to skaitā vienošanās par tiešu vai netiešu cenu vai tarifu noteikšanu jebkādā veidā vai to veidošanas noteikumiem, kā arī par tādas informācijas apmaiņu, kura attiecas uz cenām vai realizācijas noteikumiem”*.

Konkurences likuma 1.panta 11.punkts nosaka, ka vienošanās ir *„divu vai vairāku tirgus dalībnieku līgums vai saskaņota darbība, kurā tirgus dalībnieki piedalās(..)”*.

Ministru kabineta 2004.gada 27.aprīļa noteikumi „Par vertikālo vienošanos atbrīvošanu no Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā noteiktā vienošanās aizlieguma”¹ (turpmāk – Noteikumi), kas bija spēkā līdz 02.10.2008., nosaka atsevišķu tirgus dalībnieku vertikālās vienošanās, kuras tiek atbrīvotas no Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā minētajiem aizliegumiem.

Noteikumu 1.9. apakšpunktā ir noteikts, ka *„vertikālā vienošanās ir vienošanās, kuru noslēguši divi vai vairāki tirgus dalībnieki, no kuriem katrs veic saimniecisko darbību atšķirīgā ražošanas vai izplatīšanas līmenī, un kura attiecas uz vienošanās preču pirkšanas vai pārdošanas noteikumiem”*.

Atbilstoši Noteikumu 9.punktam: *„Noteikumu 2.punktā minēto atbrīvojumu nepiemēro, ja vienošanās tieši vai netieši satur vismaz vienu no šādiem nosacījumiem: pircēja tālākpārdošanas cenas noteikšanas ierobežošana, izņemot maksimālo tālākpārdošanas cenu noteikšanu vai tālākpārdošanas cenu ieteikšanu (...)”*.

Tādējādi rekomendējamo cenu noteikšana pati par sevi nav aizliegta², ja vien tirgus dalībnieki nav vienojušies piemērot noteiktu (fiksētu) tālākpārdošanas cenu. Vienošanās dalībnieku veikta rīcība, kas ievieš noteiktas (fiksētas) vai minimālās tālākpārdošanas cenas ir uzskatāma par vienošanos saskaņā ar Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 1.punktu neatkarīgi no tā vai tā ir rakstveida vienošanās, vai vienošanās tieši vai netieši izriet no vienošanās dalībnieku faktiskās rīcības.

2. Konkrētais tirgus

Konkrētās preces tirgus lietā saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 5.punktu ir televizoru vairumtirdzniecības tirgus, jo neatkarīgi no televizora zīmola, tiem ir vienādas pamatfunkcijas un savā starpā konkurē, kā arī ir savstarpēji aizvietojami no pieprasījuma puses.

¹ Ministru kabineta 2008.gada 29.septembra noteikumi Nr.797 „Noteikumi par atsevišķu vertikālo vienošanos nepakļaušanu Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā noteiktajam vienošanās aizliegumam”, kas ir spēkā no 03.10.2008. satur analogiskus noteikumus, prasības un ierobežojumus.

² Ministru kabineta 2008.gada 29.septembra noteikumi Nr.797 „Noteikumi par atsevišķu vertikālo vienošanos nepakļaušanu Konkurences likuma 11.panta pirmajā daļā noteiktajam vienošanās aizliegumam” 8.punktā ir noteikts, ka vertikālā vienošanās tiek pakļauta vienošanās aizliegumam, ja vienošanās mērķis tieši vai netieši, atsevišķi vai kopā ar citiem apstākļiem, ko var ietekmēt vienošanās dalībnieki, ir - ierobežot pircēja iespēju noteikt pārdošanas cenu. Piegādātājs ir tiesīgs noteikt maksimālo vai ieteicamo pārdošanas cenu ar nosacījumu, ka vienošanās dalībnieki šādi slēptā veidā ar savu faktisko rīcību neievieš noteiktu vai minimālo pārdošanas cenu.

Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 3.punktu konkrētais ģeogrāfiskais tirgus lietā tiek noteikts Latvijas teritorija, ņemot vērā faktu, ka SIA „Baltic Multi Media” televizori tiek izplatīti visā Latvijas teritorijā.

Ievērojot iepriekš norādīto un saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 4.punktu konkrētais tirgus ir televizoru vairumtirdzniecības tirgus Latvijas teritorijā.

Ņemot vērā to, ka SIA „Baltic Multi Media” preču daļa katra interneta veikala realizētajā preču kopējā daļā aizņem nenozīmīgu tirgus daļu (apmēram 1%), tad arī faktiski šīs komercsabiedrības nozīme katra interneta veikala sadarbībai ir vērtējama kā nenozīmīga. Šajā konkrētajā tirgū SIA „Baltic Multi Media” galvenie konkurenti tiek uzskatītas tās komercsabiedrības, kas izplata Sony, Panasonic, LG preču zīmju televizorus.

3. Lietas izpētes gaitā iegūtā informācija

07.11.2008. tika nosūtīta informācijas pieprasījuma vēstule SIA „Baltic Multi Media”, kurā komercsabiedrība tika lūgta iesniegt informāciju par pārdoto televizoru skaitu pēc konkrētiem televizoru modeļiem, kuru saraksts izvēlēts pamatojoties uz iepriekšminēto e-pastu. Vēstules tika nosūtītas arī sadarbības partneriem, kuri iegādājās šos televizorus. No SIA „Baltic Multi Media” saņemtās informācijas, Konkurences padome konstatē, ka par 2008.gadu (janvāris – septembris) no e-pastā norādītajiem televizoru modeļiem SIA „Baltic Multi Media” ir pārdevusi 28 gab. 16 atsevišķiem sadarbības partneriem – interneta veikaliem. No interneta veikalu sniegtajām atbildēm tika konstatēts:

- SIA „PTA” norāda, ka sadarbība ar SIA „Baltic Multi Media” nav nozīmīga, jo tā apgrozījums no kopējā apgrozījuma 2008.gadā veidoja mazāk kā 1%, kā arī komercsabiedrība norāda, ka rekomendējamās cenas SIA „Baltic Multi Media” nenosaka un SIA „PTA” preču cenas veido ievērojot preces mazumtirdzniecības cenas līmeni brīvajā tirgū, iepirkto preču daudzumu un to realizācijas laika prognozi, kā arī cena tiek veidota ņemot vērā preču pašizmaksu;
- SIA „ALT RD” norāda, ka sadarbība ar SIA „Baltic Multi Media” ilgst jau deviņus gadus un ir vērtējama pozitīvi, vienlaicīgi norādot, ka rekomendējamās cenas ailīte tiek iekļauta cenu lapā, jo vairākums no piegādātājiem vēlētos, lai interneta veikals strādātu ar 10-15% peļņu, taču nozīme šai rekomendējamai cenai interneta veikalā nav;
- SIA „NEO” ar SIA „Baltic Multi Media” sadarbība ilgst kopš 2005.gada marta un sadarbība tiek raksturota kā veiksmīga. Pārdodamās preces cena tiek noteikta vadoties no tirgus preces cenas.

No lietas izpētes laikā iegūtās informācijas secināms, ka lielākā daļa no interneta veikaliem atzīst, ka rekomendējamās cenas SIA „Baltic Multi Media” norāda, taču tām ir informatīvs raksturs un cenas gala patērētājiem katrs no interneta veikaliem nosaka individuāli.

SIA „Baltic Multi Media” apmeklējuma laikā uz jautājumu par rekomendējamo cenu noteikšanu paskaidroja (26.09.2008. sarunu protokols), ka „interneta veikali uzliek uzcenojumu ap 1% no iepirkuma cenas. Šāda situācija rada apstākli, ka interneta veikalos prece ir lētāka un to vairāk pērk tieši interneta veikalos. Galarezultātā pircēji precī noskata un saņem visu nepieciešamo informāciju par precī no stacionāriem veikaliem un pēc tam nopērk par lētāku naudu interneta veikalos. Tā nav normāla parādība.”

4. Lietā iegūto pierādījumu izvērtējums.

Konkurences padome (*) ir ieguvusi 04.09.2008. e-pasta vēstuli, ko sūtījis SIA „Baltic Multi Media” darbinieks V.N. savas PIONEER produkcijas dīleriem. Vēstules saturā norādīts: “Tagad informācija i-veikaliem. Jaunajiem plazmu modeļiem ir noteiktas šādas REKOMENDĒJAMĀS cenas, kas uzrādītas lapā (...). Šo noteikumu ievērošanu mēs regulāri pārbaudīsim un izdarīsim arī kontroles pirkumus. Tiem, kas tos neievēros, mēs piemērosim “speciālas” vairumcenas. Ļoti ticu sapratnei! (...)”. Šāda SIA “Baltic Multi Media” rīcība liecina, par konkrētā tirgus dalībnieka vienpusējiem centieniem noteikt rekomendējamās cenas par noteiktām (fiksētām), norādot interneta veikalam uz noteiktu cenu, par kādu tam atļauts pārdot PIONEER televizorus, pie tam vienlaikus norādot uz iespējamām negatīvām sekām, ja rekomendējamās cenas netiks ievērotas.

Atbrīvojums saskaņā ar Noteikumiem vienošanai par noteiktas (fiksētas) vai minimālās tālākpārdošanas cenu noteikšanu nav piemērojams. Cena ir būtisks konkurences elements un ir katra tirgus dalībnieka neatkarīgas saimnieciskās darbības pamatā. Ierobežojot tirgus dalībnieka rīcības brīvību noteikt cenu, tiek ierobežota tā konkurence ar citiem tirgus dalībniekiem un iekšējā konkurence konkrētai precei. Minēto negatīvo seku konkurencei iestāšanās izriet jau no šādas vienošanās panākšanas būtības un faktiski šādā gadījumā šāds ierobežojums satur jau acīmredzamu sākotnēju mērķi ierobežot konkurenci. Tādējādi vienošanās par fiksētas tālākpārdošanas cenas noteikšanu ir aizliedzamas neatkarīgi no tās piemērošanas rezultātā radītajām sekām.³

Tomēr, lai pierādītu, ka ir notikusi tirgus dalībnieku vienošanās, ir jākonstatē vismaz divi vienošanās dalībnieki - to paredz Konkurences likumā noteiktais regulējums, kā arī tas izriet no 11.panta sastāva: „Ir aizliegtas un kopš noslēgšanas brīža spēkā neesošas tirgus dalībnieku vienošanās(..)” Savukārt vienošanās Konkurences likuma izpratnē ir divu vai vairāku tirgus dalībnieku līgums vai saskaņota darbība, kurā tirgus dalībnieki piedalās⁴. Arī Eiropas Komisija vairākos savos nolēmumos ir secinājusi, ka, lai konstatētu nolīgumu, kas atbilstu Eiropas Kopienas dibināšanas līguma 81.panta 1.punkta izpratnei ir jābūt vismaz divu dalībnieku vienotai gribai jeb gribas sakritībai, pretējā gadījumā tā nevar tikt atzīta par vienošanos, jo neatbilstu 81.panta 1.punkta sastāvam.

Izvērtējot lietā iegūtos pierādījumus Konkurences padome secina, ka lai gan SIA „Baltic Multi Media” ir nosūtījusi 04.09.2008. elektroniskā pasta vēstuli, kas satur šīs komercsabiedrības vienpusēju gribas izpausmi noteikt (fiksēt) mazumtirdzniecības cenu par kādu interneta veikali var realizēt elektroniskā pasta vēstulē norādītos PIONEER televizorus, faktiski, realizējot šos televizorus, šādas cenas netika ievērotas. Šo minēto faktu apstiprina lietas izpētes gaitā iegūtā informācija no attiecīgām interneta veikalu preču pavadzīmēm – rēķiniem. Līdz ar to pie šajā lietā konstatētiem apstākļiem secināms, ka neviens no interneta veikaliem nav piekritis SIA „Baltic Multi Media” piedāvājumam realizēt PIONEER televizorus par 04.09.2008. elektroniskā pasta vēstulē norādītajām cenām un tādējādi nav panākta vienošanās Konkurences likuma izpratnē.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Konkurences padome secina, ka tās rīcībā esošie pierādījumi nav pietiekoši, lai konstatētu Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 1.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpuma pazīmes SIA „Baltic Multi Media” darbībās.

5. SIA „Baltic Multi Media” apņemšanās pildīt noteiktus tiesiskos pienākumus

³ Skat. 23.01.2008.KP lēmums Nr.10 „Par Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 1.punktā noteikto pārkāpumu SIA „AV&D” darbībās”- http://www.kp.gov.lv/uploaded_files/2008/V10_2301.pdf

⁴ Konkurences likuma 11.pantā noteikts, ka „Ir aizliegtas un kopš noslēgšanas brīža spēkā neesošas tirgus dalībnieku vienošanās(..)”Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 11.punktu „vienošanās - divu vai vairāku tirgus dalībnieku līgums vai saskaņota darbība, kurā tirgus dalībnieki piedalās (...)”.

Konkurences likuma 27.² panta otrajā daļā noteikts, ka (...) „lēmumu par lietas izpētes izbeigšanu var pieņemt, ja tirgus dalībnieks rakstveidā apņemas pildīt noteiktus tiesiskos pienākumus, kas novērš konkurences kavēšanu, ierobežošanu vai deformēšanu, un Konkurences padome, izvērtējusi lietas faktiskos un tiesiskos apstākļus, uzskata to par lietderīgu”. Tādējādi tirgus dalībniekam pirms gala lēmuma pieņemšanas ir tiesības sniegt priekšlikumus, ar kuriem tas uzņemas tādus tiesiskos pienākumus, kas novērš negatīvās sekas konkurencei.

Ņemot vērā, ka netika konstatēts, ka fiksētās cenas arī tiek piemērotas, Konkurences padome uzskata par pamatu atzīt SIA „Baltic Multi Media” rakstveida apņemšanos.

SIA „Baltic Multi Media” 2009.gada 9.jūnijā Konkurences padomē iesniedza rakstveida apņemšanos, ar ko Konkurences padomei apliecināja, ka apņemas tieši vai netieši neierobežot pircēju tālākpārdošanas cenu, skaidri norādīt, ka konkrētā cena ir vienīgi ieteicamā tālākpārdošanas cena un pircējs nav ierobežots individuāli noteikt tālākpārdošanas cenu. Tāda SIA „Baltic Multi Media” rakstveida apņemšanās sniegta, lai novērstu lietā konstatētās SIA „Baltic Multi Media” rīcības atkārtošanos, ierobežojot interneta veikaliem noteikt tālākpārdošanas cenas Latvijas teritorijā.

Konkurences padome konstatē, ka ņemot vērā iepriekš minēto ir lietderīgi pieņemt lēmumu par lietas izpētes izbeigšanu. Pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 4.punktu, 11.panta pirmās daļas 1.punktu un 27.² panta otro daļu, Konkurences padome

nolēma:

izbeigt lietas Nr.P/08/06/19 „Par Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 1.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „Baltic Multi Media” darbībās” izpēti.

Saskaņā ar Konkurences likuma 8.panta otro daļu Konkurences padomes lēmumu var pārsūdzēt Administratīvajā apgabaltiesā viena mēneša laikā no šī lēmuma spēkā stāšanās dienas.

(*) – Ierobežotas pieejamības informācija

Priekšsēdētāja

I.Jaunzeme