



KONKURENCES PADOME

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

Rīgā

(Prot. Nr.38., 3.§)

2008. gada 29. augustā

Vadlīnijas Konkurences likuma 13.panta otrās daļas piemērošanai

[1] 2008.gada 13.martā Saeimā tika pieņemts likums „Grozījumi Konkurences likumā”. Viens no likuma mērķiem ir veidot attiecības starp lielajiem mazumtirdzniecības uzņēmumiem un piegādātājiem uz godīgu, nediskriminējošu, prognozējamu attiecību pamata, respektējot abu pušu ekonomiskās intereses, panākot lielāku pušu līdztiesību savstarpējās sadarbības līgumu slēgšanas procesā. Jaunā kārtība, kas stājas spēkā 2008.gada 1.oktobrī, noteikta Konkurences likuma 13.panta otrajā daļā un tā paredz ierobežot iespēju mazumtirgotāju un piegādātāju starpā piemērot noteiktus netaisnīgus un nepamatotus maksājumus, nepamatoti garus norēķinu termiņus un noteiktas sankcijas, kā arī kontrolēt riska sadali starp darījuma pusēm attiecībā uz preču atdošanu atpakaļ.

[2] Šo Vadlīniju mērķis ir:

- sniegt skaidrojumu par Konkurences likuma 13.panta otrās daļas jēdzienu (terminu) interpretāciju;
- noteikt pamatprincipus, kas tiks piemēroti izvērtējot Konkurences likuma 13.panta otrās daļas piemērošanu – konkrētā tirgus noteikšanā, pārkāpumu izvērtēšanā un pierādīšanā.

[3] **Konkurences likuma 13.panta otrā daļa**

13.pants. Dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas aizliegums

(2) Dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā atrodas tāds tirgus dalībnieks vai vairāki tādi tirgus dalībnieki, kas, ņemot vērā savu iepirkuma varu un piegādātāju atkarību konkrētajā tirgū, spēj tieši

vai netieši piemērot vai uzspiest piegādātājiem netaisnīgus un nepamatotus noteikumus, nosacījumus vai maksājumus un var kavēt, ierobežot vai deformēt konkurenci jebkurā konkrētajā tirgū Latvijas teritorijā pietiekami ilgā laika posmā. Jebkuram tirgus dalībniekam, kas atrodas dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā, ir aizliegts ļaunprātīgi to izmantot Latvijas teritorijā. Dominējošā stāvokļa ļaunprātīga izmantošana mazumtirdzniecībā izpaužas kā:

1) netaisnīgu un nepamatotu noteikumu piemērošana vai uzspiešana attiecībā uz preču atdošanu atpakaļ, ja vien netiek atdota nekvalitatīva prece vai prece, arī patērētājiem nezināma, jauna prece, kuras piegādes vai piegādes apjoma palielinājuma iniciators ir piegādātājs;

2) netaisnīgu un nepamatotu maksājumu piemērošana vai uzspiešana par piegādātās preces atrašanos mazumtirdzniecības vietā, ja vien šie maksājumi nav attaisnojami ar jaunas, patērētājiem nezināmas preces virzīšanu tirgū;

3) netaisnīgu un nepamatotu maksājumu piemērošana vai uzspiešana par līguma slēgšanu, ja vien šie maksājumi nav attaisnojami ar to, ka līgums tiek slēgts ar jaunu piegādātāju, kuram līdz ar to nepieciešama īpaša izvērtēšana;

4) netaisnīgu un nepamatotu maksājumu piemērošana vai uzspiešana par preču piegādi jaunatveramai mazumtirdzniecības vietai;

5) netaisnīgu un nepamatoti garu norēķinu termiņu piemērošana vai uzspiešana par piegādātajām precēm;

6) netaisnīgu un nepamatotu sankciju piemērošana vai uzspiešana par darījumu noteikumu pārkāpumu.

[4] Apzinoties, ka Konkurences likuma 13.panta otrā daļa nav līdz šim piemērota, izvērtējot konkrētus faktiskos apstākļus, pieņemot saistošu lēmumu un tādējādi nodibinot tiesību normas piemērošanas praksi, Vadlīniju sagatavošanā Konkurences padome vadījās no Eiropas Komisijas (turpmāk – EK) pieņemtajiem lēmumiem, citu Eiropas Savienības dalībvalstu kompetento institūciju veiktajiem pētījumiem. Vadlīniju izstrādes gaitā, lai iegūtu vispusīgu, pamatotu informāciju un viedokli no iesaistītajām pusēm, Konkurences padome veica vairāk kā 100 mazumtirgotāju un piegādātāju savstarpējās sadarbības līgumu analīzi, dažādu nozaru piegādātāju aptauju par līdzšinējo sadarbības praksi ar mazumtirgotājiem. Konkrētu jautājumu padziļinātai izpratnei notikušas vairākas diskusijas ar tirgus dalībniekiem – mazumtirgotājiem un piegādātājiem, kā arī juridisko biroju pārstāvjiem.

[5] Vadlīnijas laika gaitā var tikt papildinātas, iekļaujot tajās Konkurences padomes un tiesu praksē izvērtētus gadījumus, ņemot vērā atšķirīgus faktiskos apstākļus, kuri Vadlīniju sagatavošanas procesā nav bijuši zināmi.

Jēdzienu skaidrojums

Konkrētais tirgus

[6] Konkurences likuma 13.panta otrajā daļā ietvertā tiesību norma ir speciālā tiesību norma attiecībā pret šā likuma 13.panta pirmo daļu un 1.panta 1.punktu. Tā sniedz atšķirīgu dominējošā stāvokļa jēdziena definīciju, nosakot īpašu regulējumu dominējošam stāvoklim mazumtirdzniecībā, piemērojot Konkurences likuma 13.panta otro daļu. Likumdevēja mērķis, pieņemot Konkurences likuma 13.panta otro daļu, bija detalizētāk regulēt attiecības starp piegādātājiem un mazumtirgotājiem.

[7] Lai Konkurences likuma 13.panta otrās daļas kontekstā definētu konkrēto tirgu, ir jākonstatē saimnieciskās darbības joma vai jomas, kur saskaras vai saduras likumdevēja norādīto abu tirgus dalībnieku – mazumtirgotāja un piegādātāja – komerciālās intereses. Tas ir iepirkuma tirgus, un, ņemot vērā, ka Konkurences likuma 13.panta otrajā daļā atrunāts īpašs (speciāls) dominējošā stāvokļa veids – dominējošs stāvoklis mazumtirdzniecībā, tad attiecīgi dominējošais stāvoklis mazumtirdzniecībā tiek konstatēts, izvērtējot mazumtirgotāja stāvokli (dominēšanas spēju) attiecībā pret piegādātājiem konkrētajā preču iepirkuma tirgū. Tādējādi būtu nosakāma konkrētā iepērkamā prece/preču grupa (ikdienas patēriņa preces, nepārtikas preces, būvmateriāli u.c.) un konkrētā mazumtirdzniecības „vide”, kurā prece/preču grupa tiek realizēta (lielveikali, specializētie veikali u.tml.).

[8] Lai konkretizētu preci/preču grupu, vispirms jāvērtē, vai ražotājiem/piegādātājam ir iespējams pārorientēties no konkrētu preču /preču grupas ražošanas/pielāgādes uz cita veida preču/preču grupas ražošanu/pielāgādi. Ja piegādātājs ir preču ražotājs, jāņem vērā, ka tas parasti ražo vienu noteiktu preci vai preču grupu, un bez būtiskām investīcijām vai papildu zinātības tam nav vai ir visai ierobežotas iespējas pārslēgties no vienas specifiskas preču grupas uz citu. Tāpat vērtējams, vai piegādātājam ir iespējams pārorientēt pārdošanas (noieta) kanālus, t.i., bez būtiskiem tehnoloģiskiem pārkārtojumiem vai papildu finansu ieguldījumiem ir iespējams pārslēgties uz alternatīviem preču noieta kanāliem, pārorientējot preču piegādi uz citu iepirkuma tirgu.

No katra atsevišķa ražotāja vai piegādātāja mazumtirgotājs parasti iepērk nevis vienu preci, bet virkni preču („preču portfeli”), tādēļ pamatoti ir uzskatīt, ka 13.panta otrās daļas kontekstā konkrētais tirgus varētu tikt sašaurināts nevis līdz atsevišķai precei (neizslēdzot arī šādus gadījumus), bet līdz preču grupai (piemēram, maizes iepirkuma tirgus, piena iepirkuma tirgus u.tml.). Arī EK *Rewe/Meinl* lietā ir konstatējusi, ka nav vienots dažādu preču iepirkuma tirgus¹,

¹ Eiropas Komisijas 1999.gada 3.februāra lēmums lietā Nr. IV/M.1221 – Rewe/Meinl, 76. punkts.

it īpaši pārtikas precēm, un iepirkuma tirgu sadalījusi preču grupās, tālāk sadalot to atbilstoši noieta kanāliem. Komisija secināja, ka ražotājam/piegādātājam dažādie noieta kanāli nav viegli aizstājami, piemēram, mazumtirgotāji ar ēdināšanas uzņēmumiem. Līdz ar to šie preču iepirkuma tirgi ir atšķirīgi. Pārorientēšanās ir sarežģīta atšķirīgas pārdošanas stratēģijas, loģistikas, atšķirīga preču iepakojuma, tilpuma dēļ, kas viss kopā prasa būtiski mainīt preču ražošanu un pārdošanu².

[9] Nosakot konkrēto ģeogrāfisko tirgu, tiek vērtētas piegādātāju iespējas pārorientēt preču piegādi ģeogrāfiskā aspektā un attiecīgo mazumtirdzniecības uzņēmumu preču iepirkuma ģeogrāfiskās robežas. Šeit būtiski ir tādi faktori kā ražotāju/piegādātāju struktūra (pārsvarā mazie un vidējie uzņēmumi), līdzīgi patērētāju ieradumi attiecībā uz preču izvēli (īpaši attiecībā uz pārtikas precēm), vienota preču iepirkuma tīkla esamība utt.³ Līdz ar to iepirkuma tirgus pamatā var aptvert gan visu Latviju, gan konkrētu reģionālo teritoriju, neizslēdzot iespēju atsevišķu preču iepirkuma gadījumā definēt tirgu arī plašākās robežās.

[10] Vērtējot mazumtirdzniecības vidi, izmantojama pieeja, ka par vienā konkrētajā tirgū ietilpstošiem mazumtirdzniecības tirgus dalībniekiem var tikt uzskatīti tirgus dalībnieki, kurus patērētāji uzskata par savstarpēji aizstājamiem, t.i., kas spēj apmierināt vajadzību pēc konkrētā iepirkšanās veida. Tādējādi secināms, ka tikai minētie mazumtirdzniecības uzņēmumi atzīstami par efektīviem konkurentiem. Līdz ar to, lai identificētu, kuri mazumtirdzniecības uzņēmumi ietilpst attiecīgajā mazumtirdzniecības vidē, jāvērtē, kurus patērētāji uzskata par efektīviem aizvietošanai. Jau SIA „RIMI Latvia” un SIA „Kesko Food” apvienošanās lietā Konkurences padome secināja, ka atsevišķi nodalāma ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecība lielveikalu vidē, no tās izslēdzot tirgus, kioskus, specializētos veikalus, tradicionālos (mazos) veikalus. Arī EK vairākās lietās ir secinājusi, ka ir atsevišķi nodalāma mazumtirdzniecība ikdienas patēriņa precēm, kuras galvenokārt tiek realizētas ar „supermārketu”, „hipermārketu” un „zemo cenu veikalu” ķēžu starpniecību (lieta [COMP/M.2161 – Ahold/Superdiplo](#), 9.pants, [COMP/M.1221-Rewe/Meinl](#), 13.p.). Pēc būtības tā ir uzskatāma par tradicionālu EK pieeju lietās, kas saistītas ar ikdienas patēriņa preču mazumtirdzniecību.

Dominējošs stāvoklis mazumtirdzniecībā

² Turpat, 80.punkts.

³ Eiropas Komisija *Ahold/Superdiplo u.c. lietās secinājusi, ka iepirkuma tirgus pamatā saglabājas nacionāls, lai gan sakarā ar tirgu internacionalizēšanos un lielo tīklu centralizēto iepirkumu politiku nav izslēgta tā paplašināšanās iespēja.* -- Sk. Eiropas Komisijas 2000.gada 23.oktobra lēmums lietā *M.2161 – Ahold/Superdiplo*, 21., 22.punkts.

[11] Dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā atrodas mazumtirgotājs, kas konkrētajā preču iepirkumu tirgū, ņemot vērā tam piemītošo iepirkuma varu un piegādātāju atkarību, spēj neatkarīgi no preču piegādātāju gribas „diktēt” (uzspiest) tiem savus preču iepirkšanas noteikumus un tādējādi var kavēt ierobežot vai deformēt konkurenci šajā tirgū. Pamata elementi dominējošā stāvokļa noteikšanā ir ietverti jau KL 13.panta otrās daļas ģenerālklausulā – iepirkuma vara un piegādātāju atkarība. Saiklis „un” starp abiem minētajiem jēdzieniem norāda uz to, ka tie nav vērtējami atdalīti, bet gan ciešā savstarpējā saistībā.

[12] No definīcijas secināms, ka mazumtirgotāja dominējošais stāvoklis izriet no tam piemītošas iepirkuma varas un piegādātāju atkarības un abi šie savstarpēji saistītie rādītāji atkarībā no dažādiem kvalitatīviem un kvantitatīviem rādītājiem rada mazumtirgotāja spēju tieši vai netieši piemērot vai uzspiest piegādātājiem netaisnīgus un nepamatotus noteikumus, nosacījumus vai maksājumus un var kavēt, ierobežot vai deformēt konkurenci jebkurā konkrētajā tirgū Latvijas teritorijā pietiekami ilgā laika posmā. Attiecīgi, ja mazumtirgotājs nespēj tieši vai netieši piemērot vai uzspiest piegādātājiem netaisnīgus un nepamatotus noteikumus, nosacījumus vai maksājumus (..), vai tieši pretēji – piegādātāji ir tie, kuri „diktē noteikumus”, tas nozīmē, ka mazumtirgotājs nav uzskatāms par dominējošu tirgus dalībnieku 13.panta otrās daļas izpratnē, jo „iepirkuma varas un piegādātāju atkarības” kritērijs neizpildās, un attiecīgi tiesību norma pret šādu tirgus dalībnieku nav piemērojama.

Iepirkuma vara un piegādātāju atkarība

[13] ***Iepirkuma vara*** ir tirgus vara tirgus pieprasījuma (pircēja) pusē. Pircējam ir iepirkuma vara, ja pircējs var piespiest pārdevēju pazemināt cenu zem līmeņa, kas pretējā gadījumā rastos konkurētspējīgā tirgū⁴. Iepirkuma vara parasti rodas vertikāli strukturētās nozarēs, kur lejupējais (piem., mazumtirdzniecības) tirgus (angļu val. – *downstream market*) ir koncentrētāks par augšupējo (piem., piegādes) tirgu (angļu val. – *upstream market*). Piemēram, mazumtirgotājam var piemist tirgus vara pār saviem piegādātājiem, kas ļauj tam rīkoties pretēji brīvas konkurences tirgus apstākļiem.⁵

[14] Mazumtirgotājs savu iepirkuma varu pār piegādātāju var realizēt kā:

- 1) *klients*, kad mazumtirgotājs iepērk preces tālākpārdošanai;
- 2) *konkurents*, kad mazumtirgotājs pārdod pašzīmola preces (angļu val. – *private label*), kuras dublē/aizvieto piegādāju preces;
- 3) *pakalpojumu sniedzējs*, kad mazumtirgotājs sniedz mārketinga, loģistikas, u.c. pakalpojumus.

Šāda vara var dot mazumtirgotājam būtisku ietekmi attiecībās ar ražotāju/piegādātāju, pat ja mazumtirgotāja tirgus daļa ir samērā maza⁶,

⁴ “Buyer power” and economic policy. Stanford University, 2005. p. 589. siepr.stanford.edu/Papers/pdf/04-08.pdf

⁵ The Law and Economics of Article 82 EC. O'Donoghue Robert, Padilla Jorge Atilano. Oxford, 2006, 640.lpp.

⁶ Lielbritānijas Konkurences komisija, 2000.gadā izvērtējot Lielbritānijas nacionālo mazumtirdzniecības tirgu, atzina, ka mazumtirgotājs var būtiski ietekmēt attiecības ar piegādātājiem sev par labu, ja tā

salīdzinot ar klasisko dominējošā stāvokļa noteikšanas izpratni pārdevēja tirgus varai (monopola apmēra noteikšanas kritērijiem)⁷. EK *Rewe/Meinl* lietā norādījusi, ka iepirkuma varu var realizēt, tajā skaitā, ja ražotāja/piegādātāja piegādes vienam mazumtirgotājam pārsniedz 22%⁸ no ražotāja/piegādātāja kopējā apgrozījuma. Tāda apmēra apgrozījuma pilnīga aizvietošana ar jaunu pircēju/pircējiem nevar notikt bez ievērojamiem zaudējumiem ražotājam/piegādātājam⁹.

[15] Iepriekšminētā sakarā, secināms, ka EK pieeja *Rewe/Meinl* lietā attiecībā uz piegādātāja apgrozījuma īpatsvara noteikšanu attiecībās ar konkrētu mazumtirgotāju ir atzīstama par svarīgu iepirkuma varas un piegādātāja atkarības vērtēšanai, tomēr vienlaicīgi netiek izslēgta iespēja, ka, veicot izmeklēšanu konkrētas lietas ietvaros, piegādātāja apgrozījuma īpatsvars varētu būt arī mazāks par 22%, lai mazumtirgotājs varētu izmantot iepirkuma varu un piegādātāja atkarību.

[16] Apkopojot augstāk minēto, var citēt Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācijas izveidoto iepirkuma varas definīciju¹⁰, kurā atspoguļots **piegādātāju atkarības** koncepts. *Mazumtirgotājam piemīt iepirkuma vara, ja mazumtirgotāja ilgtermiņa izvēles (alternatīvās) izmaksas¹¹ ir nesamērīgas ar pretējās puses ilgtermiņa izmaksām*. Proti, ja mazumtirgotājs vismaz attiecībās ar vienu piegādātāju var draudēt atteikties slēgt līgumu un šīs izvēles rezultātā mazumtirgotāja ilgtermiņa relatīvie zaudējumi ir nesamērīgi mazāki par piegādātāja ilgtermiņa zaudējumiem, tad var konstatēt iepirkuma varas esamību. Piemēram, mazumtirgotājam A, visticamāk, ir iepirkuma vara pār piegādātāju B, ja atteikšanās no B preču pārdošanas samazina A peļņu par 0,1%, bet B peļņu par 10%.¹² Minētā definīcija uzsver ekonomiskās atkarības nopietnību. Tā salīdzina pušu relatīvos zaudējumus, attiecinot tos pret kopējo peļņu, ja netiek panākta vienošanās par sadarbību. Atsakoties pārdot piegādātāja preces, mazumtirgotājs var ciest sīkus zaudējumus, ja tas var aizvietot izņemtās preces ar citām. Praksē tas arī ir prognozējams, jo vienmēr pastāvēs sāncensība no konkurējošiem piegādātājiem, kuri nekavējoties būs gatavi paplašināt savus piegādes apjomus un aizpildīt atbrīvotos veikala plauktus.¹³ Tādējādi var secināt,

mazumtirdzniecības tirgus daļa sāk pārsniegt 8 procentus. Turpinot tirgus uzraudzību 2008.gadā, tika secināts, ka noteiktais 8 procentu sliekšnis nav absolūts, jo praksē pierādījies, ka mazumtirgotāji, kuru daļa mazumtirdzniecības tirgū nepārsniedza 8 procentus, arī spēja uzspiest netaisnīgus un nepamatotus darījuma noteikumus. Skat.: Competition Commission, Supermarkets: A Report on the Supply of Groceries from Multiple Stores in the United Kingdom, Cm 4842 (Oct. 2000), para 2.458. http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2000/fulltext/446c2.pdf -- Skat.: Competition Commission: The supply of groceries in the UK market investigation. Volume 1: Summary and report. 30 April 2008, para 11.279 – 11.282. http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2008/fulltext/538.pdf

⁷ Introduction to symposium on buyer power and antitrust. 72 Antitrust Law Journal No.2 (2005). 507.lpp. www.antitrustinstitute.org/archives/files/378.pdf

⁸ Latvijas Pārtikas uzņēmumu federācijas izteikusi viedokli, ka piegādātājam rodas atkarība no pircēja, ja tā iepirkums sāk pārsniegt 5% no kopējā piegādātāja apgrozījuma

⁹ Eiropas Komisijas 1999.gada 3.februāra lēmums lietā Nr. IV/M.1221 – *Rewe/Meinl*, 101. punkts.

¹⁰ Buying Power of Multiproduct Retailers, OECD 1998, p.281 <http://www.oecd.org/dataoecd/1/18/2379299.pdf>

¹¹ Skat. arī: Hofs K.G. *Biznesa ekonomika*. Rīga, Jāņa Rozes apgāds, 2002, 129.lpp.

¹² Exploiting buyer power: lessons from the British grocery trade. 72 Antitrust Law Journal No. 2 (2005), 533.lpp. www.antitrustinstitute.org/archives/files/384.pdf

¹³ Turpat.

ka iepirkuma vara ir stāvoklis, kad starp tirgus dalībniekiem pastāv ievērojama (*fundamental*) atšķirība spējā abpusēji izdevīgi vienoties.¹⁴

[17] Iepirkuma varas un piegādātāju atkarības jēdzienu kopsakara skaidrošanai EK *Rewe/Meinl* lietā pamatojās uz t.s. spirāles efekta teoriju¹⁵. EK norādīja, ka mazumtirdzniecībā pastāv tieša savstarpēja sakarība starp izplatīšanas tirgu un iepirkuma tirgu.¹⁶ Mazumtirgotāja pozīcija jeb tirgus daļa mazumtirdzniecības tirgū nosaka tā iepirkuma apjomu: jo tam lielāka tirgus daļa mazumtirdzniecības tirgū, jo lielāki iepirkuma apjomi. Savukārt lielāks iepirkuma apjoms mazumtirgotājam nodrošina labvēlīgākus iepirkuma nosacījumus no piegādātājiem. Labvēlīgāki iepirkuma nosacījumi dod iespēju mazumtirgotājam uzlabot tā stāvokli mazumtirdzniecības tirgū, kas tālāk veicina vēl labāku iepirkuma nosacījumu saņemšanu no piegādātājiem. Spirāles negatīvais efekts ir tas, ka piegādātājiem var veidoties aizvien lielāka atkarība no mazumtirgotāja un mazumtirgotājs spēj vieglāk realizēt iepirkuma varu. Iepriekšminēto pastiprina tas, ka piegādātājam ir būtiski svarīgi, lai tā preces ar mazumtirdzniecības tīkla starpniecību saņemtu iespējami daudz gala patērētāju maksimāli plašā teritorijā.

[18] Papildus minētajiem apsvērumiem, vērtējot konkrēta mazumtirdzniecības uzņēmuma iepirkuma varu un piegādātāju atkarību, vērā ņemami arī tādi kvantitatīvie un kvalitatīvie kritēriji kā piegādātāju lielums, konkrētas preces/zīmola atpazīstamība, piegādātāju alternatīvie noieta kanāli, mazumtirdzniecības tīkla lielums, struktūra, izplatība un blīvums, tā pašzīmola preču esamība, pieeja finanšu resursiem, mēroga ekonomika, izaugsmes dinamika, iepirkuma politika, mārketinga stratēģija, utt.

Netaisnīgs un nepamatots noteikums

[19] Lai varētu atzīt, ka līguma noteikums ir netaisnīgs, nepieciešams pēc būtības atbildēt uz jautājumu, vai noteikums ir tāds, kas tiktu piemērots un pieņemts brīvas konkurences apstākļos, un vai ieguvumi atsver tā piemērošanas radītās nelabvēlīgās sekas.¹⁷ Vienlaicīgi jānorāda, ka netaisnīgs un nepamatots noteikums ir arī tāds, kurš nav nepieciešams līguma priekšmeta izpildei vai nepamatoti ierobežo pušu spēju brīvi rīkoties ārpus līgumiskām attiecībām.¹⁸

Piemērošana vai uzspiešana

[20] Dominējošā stāvokļa mazumtirdzniecībā lietās identificēt, vai notikusi noteikumu *piemērošana* vai *uzspiešana*, nav pašmērķis. Jēdzieni uzspiešana vai piemērošana vērtējami, ņemot vērā dominējošā tirgus dalībnieka „īpašās atbildības” konceptu. Proti, neatkarīgi no iemesliem, kāpēc konkrētajam

¹⁴ Buying Power of Multiproduct Retailers, OECD 1998, p.281. <http://www.oecd.org/dataoecd/1/18/2379299.pdf>

¹⁵ Dobson P., Waterson M., Chu P. The welfare consequences of the exercise of buyer power. Office of Fair Trading Research Paper, 1998.

¹⁶ Eiropas Komisijas 1999.gada 3.februāra lēmums lietā Nr. IV/M.1221 – Rewe/Meinl, 115. punkts.

¹⁷ The Law and Economics of Article 82 EC. O'Donoghue Robert, Padilla Jorge Atilano. Oxford, 2006, 640.lpp.

¹⁸ Turpat, 649.lpp.

tirgus dalībniekam ir izveidojies dominējošs stāvoklis, tam ir uzlikts īpašs pienākums neļaut savai rīcībai negatīvi ietekmēt godīgu konkurenci. Tādējādi rīcība, kas pirmšķietami (*prima facie*) var tikt uzskatīta par ikdienišķu uzņēmējdarbības praksi un sāncensību, dominējošā stāvokļa gadījumā var tikt atzīta par konkurenci kavējošu.¹⁹ Piegādātāja piekrišana līguma noteikumiem pati par sevi nenozīmē, ka tie ir taisnīgi un pamatoti. Piemērojot Konkurences likuma 13.panta otro daļu, tiks vispusīgi izvērtēti līguma noteikumi kā tādi, pie tam, ņemot vērā apstākli, vai piegādātājs tiem piekristu, ja konkrētajā iepirkumu tirgū mazumtirgotājs neatrastos dominējošā stāvoklī.

Jauna un nezināma prece

[21] Šo vadlīniju izpratnē par jaunu un nezināmu precī uzskatāma: oriģināla prece, kas līdz šim tirgū nav bijusi pieejama un patērētājiem nav zināma; prece, kas ir bijusi pieejama tirgū, bet kuras izplatīšanā patērētājiem piegādātājs nav izmantojis konkrētā mazumtirdzniecības uzņēmuma pakalpojumus; prece, kuras tirgošanas periods konkrētajā mazumtirdzniecības uzņēmumā nepārsniedz sešus mēnešus no pirmreizējās tirdzniecības uzsākšanas. Par jaunu un nezināmu nevar uzskatīt sezonālu precī; precī, kuras ražošana un/vai realizācija konkrētam mazumtirdzniecības uzņēmumam bijusi pārtraukta uz laika periodu līdz gadam; ražotāja vai piegādātāja piedāvātās esošās preces paveidu (dizaina, svara izmaiņas, piedevu variācijas u.tml.).

Nekvalitatīva prece

[22] Par nekvalitatīvu precī atzīstama prece, kas neatbilst normatīvi tehniskajos dokumentos, lietošanas instrukcijā vai preces aprakstā izvirzītām prasībām, kā arī prece, kas neatbilst līgumā noteiktām prasībām.

Jēdzienu nekvalitatīva prece nevar paplašināt, attiecinot uz tiem gadījumiem, kad par piegādātās preces kvalitātes saglabāšanu būtu atbildīgs mazumtirgotājs. Tādējādi par nekvalitatīvu precī, līdz ar to atdodamu Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 1.punkta izpratnē, ir atzīstama prece, kura tāda kļuvusi tikai piegādātāja darbības (bezdarbības) rezultātā.

Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 1. – 6.punktu skaidrojums

1) netaisnīgu un nepamatotu noteikumu piemērošana vai uzspiešana attiecībā uz preču atdošanu atpakaļ, ja vien netiek atdota nekvalitatīva prece

¹⁹ Eiropas Kopienu tiesas 1983.gada 9.novembra spriedums lietā Nr.322/81, 57.punkts.

vai prece, arī patērētājiem nezināma, jauna prece, kuras piegādes vai piegādes apjoma palielinājuma iniciators ir piegādātājs

[23] Tiesību norma ierobežo dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esoša tirgus dalībnieka rīcības brīvību attiecībā uz piegādāto preču vienpusēju atdošanu atpakaļ. Minētais ierobežojums nodrošina taisnīgu komercdarbības risku līdzsvaru starp piegādātāju un dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošu tirgus dalībnieku un veicina atbildīgu un izsvērtu preču piegāžu organizēšanu.

[24] Tiesību norma skaidri un noteikti vērsta pret situācijas ļaunprātīgu izmantošanu, kad dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošs tirgus dalībnieks, piemēram, neapdomīgi prognozējot tirgus tendences vai kļūdainas plānošanas rezultātā, pasūtīto un nerealizēto precis atdod atpakaļ bez zaudējumu atlīdzināšanas, kas rodas šo preču piegādātājiem, no preču atpakaļatdošanas.

[25] Līdz ar to šīs tiesību normas izpratnē par netaisnīgiem un nepamatotiem noteikumiem attiecībā uz preču atdošanu atpakaļ saprotami visi tāda veida noteikumi, kas dod tiesības dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošam tirgus dalībniekam pēc tā ieskata vienpusēji atdot iepriekš pasūtītās preces, to skaitā noteikumi:

- par preču atdošanu atpakaļ jebkurā brīdī, piemēram, to derīguma termiņa laikā, tuvojoties preču derīguma termiņa beigām vai pēc derīguma termiņa beigām;
- par preču atdošanu atpakaļ pēc preču pārdošanas veicināšanas pasākumiem (akcijām);
- par preču atdošanu atpakaļ sakarā ar preču sortimenta optimizāciju;
- par preču atdošanu atpakaļ sakarā ar preču pieprasījuma samazināšanos;
- sezonas preču atdošanu atpakaļ;
- arī uz noteikumiem, kas pēc savas būtības aizstāj preču atpakaļatdošanu, piemēram, paredzot dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošam tirgus dalībniekam samaksāt noteiktu maksu par preču neatdošanu atpakaļ.

[26] Attiecībā uz šāda veida noteikumiem darbojas prezumpcija – kamēr, ņemot vērā individuālā gadījuma specifiskos apstākļus, nav pierādīts pretējais, šādi noteikumi uzskatāmi par netaisnīgiem un nepamatotiem. Pierādīšanas pienākums ir tirgus dalībniekam, kas atrodas dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā.

[27] Par netaisnīgu un nepamatotu jebkurā gadījumā ir uzskatāma tādu pasūtīto preču atdošana, kuras kļuvušas nekvalitatīvas dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esoša tirgus dalībnieka (darbinieku) rīcības vai bezdarbības rezultātā.

[28] No vispārējā preču atdošanas atpakaļ aizlieguma tiesību normā ir paredzēti konkrēti divi izņēmuma gadījumi, uz kuriem tiesību normas ierobežojums par preču atpakaļatdošanu neattiecas, t.i., uz noteikumiem par preču atdošanu, kuras ir:

- 1) nekvalitatīvas vai
- 2) kuru piegādes vai piegādes apjoma palielinājuma iniciators ir piegādātājs, ar šo noteikumu aptverot arī patērētājiem nezināmas, jaunas preces.

[29] Šie ir izslēdzoši tiesību normā paredzētie gadījumi, kad dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošam tirgus dalībniekam, iestājoties šiem nosacījumiem ir paredzēta iespēja atdot piegādāto preci. Šo izņēmumu izmantošanas gadījumā to iestāšanās pierādīšanas pienākums ir dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošam tirgus dalībniekam.

[30] Līdz ar to, nepastāvot šiem izņēmumiem un īpašiem specifiskiem gadījumiem, jebkuru citu tiešu vai netiešu noteikumu par preču atpakaļatdošanu piemērošanas vai uzspiešanas gadījumā, kā norādīts iepriekš, ir prezumējams, ka šādi noteikumi ir netaisnīgi un nepamatoti.

2) netaisnīgu un nepamatotu maksājumu piemērošana vai uzspiešana par piegādātās preces atrašanos mazumtirdzniecības vietā, ja vien šie maksājumi nav attaisnojami ar jaunas, patērētājiem nezināmas preces virzīšanu tirgū

[31] Minētā tiesību norma ierobežo dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esoša tirgus dalībnieka rīcības brīvību attiecībā uz maksājumu noteikšanu par preces atrašanos mazumtirdzniecības vietā. Kā maksājums minētās tiesību normas izpratnē tiek saprasts gan tiešs, gan netiešs maksājums (piemēram, atlaide, bonuss, dāvana, retrospektīvā cenu pazemināšana (maksājumu piemērošana ar atpakaļejošu spēku), papildus atlaides par līguma slēgšanu, u.c.).

Sadarbības pamatā starp piegādātāju un mazumtirdzniecības uzņēmumu ir līgumiskas attiecības, kas iekļauj noteikumus norēķiniem par preču tālākpārdošanu. Līgumu starp piegādātājiem un mazumtirdzniecības uzņēmumiem analīze, kā arī tikšanās laikā ar mazumtirdzniecības uzņēmumu pilnvarotajiem pārstāvjiem un piegādātājiem iegūtā informācija liecina, ka pastāv dažādi tieši vai netieši uz preču atrašanos mazumtirdzniecības vietā attiecināmi maksājumi, bet nepastāv skaidra un izprotama šo maksājumu noteikšanas (aprēķināšanas) sistēma. Līdzšinējā prakse atklāj komplicētību un neizprotamību ne tikai piegādātājiem, bet reizēm arī pašiem mazumtirgotājiem.

[32] Maksājumu sistēmai, ko dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošs tirgus dalībnieks piemēro norēķinos ar saviem piegādātājiem, jābūt skaidrai, pamatotai un nediskriminējošai.

[33] Iekļaujot līgumā maksājumus, dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošam tirgus dalībniekam ir skaidri jānorāda tie pakalpojumi, par kuriem konkrētais maksājums tiek noteikts (piemēram, reklāma, jaunas preces ieiešanas tirgū veicināšana, loģistika u.c.). Turklāt ir jābūt paustai piegādātāja vēlmei konkrēto pakalpojumu iegādāties, sastādot attiecīgus abu pušu saskaņotus dokumentus, kā arī samaksas apjomam ir jābūt ekonomiski pamatotam. Ir jārada iespēja piegādātājam pārliecināties par reāli sniegto pakalpojumu un to izmaksu pamatotību.

[34] Norma paredz izņēmumu, kas ļauj ierobežojumu nepiemērot, ja līgums tiek slēgts par jaunas, patērētājiem nezināmas preces virzīšanu tirgū. Taču šādam ierobežojumam nepieciešama īpaša izvērtēšana. Šajā gadījumā izņēmumi pieļaujami, lai veicinātu jaunas, patērētājiem nezināmas preces virzīšanu tirgū un atpazīstamību, taču vienlaikus arī šajā gadījumā piemērojamiem maksājumiem jābūt attaisnojamiem ar konkrētu ekonomisku pamatojumu, izvērtējot reālo risku, ko mazumtirgotājs šajā gadījumā uzņemas.

[35] Ar netaisnīgiem un nepamatotiem maksājumiem par preču atrašanos mazumtirdzniecības vietā šīs tiesību normas izpratnē saprotami šādi izvērtētajos līgumos sastopamie maksājumi:

[35.1.] cenu atlaides, kas nav pamatotas ar izmaksu ekonomiju vai citiem objektīviem apstākļiem.

Dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošam tirgus dalībniekam nav tiesību nepamatoti tieši vai netieši prasīt no piegādātāja retrospektīvi pazemināt nolīgto preču cenu vai palielināt nolīgto atlaidi, pieprasot dažāda veida papildu cenu atlaides, piemēram, darba kvalitātes atlaidi par piegādātajām precēm, apgrozījuma pieauguma bonusu un citas papildu cenu atlaides.

[35.2.] Mārketinga maksājumu vienpusēja pieprasīšana naudas izteiksmē, cenu pazeminājuma vai bezmaksas preču piegādes u.c. veidos.

Maksājumi par pārdošanas veicināšanas pasākumiem nedrīkst tikt uzspiesti vienpusēji vai piemēroti tikai piegādātājam; arī dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošam tirgus dalībniekam ir pienākums uzņemties segt daļu no pārdošanas veicināšanas izmaksām, par kurām vienojas abas puses. Tāpat dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esoša tirgus dalībnieka pienākums ir rūpīgi izvērtēt preces pārdošanas veicināšanas pasākumiem nepieciešamo preču daudzumu, kas jāpiegādā piegādātājam, turklāt tas jādara piegādātājam pārskatāmā veidā.

Dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošam tirgus dalībniekam nav tiesību tieši vai netieši prasīt no piegādātāja kompensēt tā zaudējumus, kas radušies kā starpība starp plānoto realizācijas apjomu un faktiski realizēto. Kā piemērus netaisnīgo noteikumu uzspiešanā var minēt nosacījumus, ka „piegādātājs apņemas kompensēt cenu atlaižu akciju izmaksas, tai skaitā

starpību starp regulāro iepirkuma cenu un iepirkuma cenu akcijas laikā”, kā arī piegādātājam noteikto pienākumu organizēt noteikta skaita mārketinga aktivitātes.

Dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošs tirgus dalībnieks nedrīkst uzspiest piegādātājam organizēt dāvanu piešķiršanu mazumtirdzniecības uzņēmuma klientiem, kā piemēru var minēt līguma nosacījumu, ka piegādātājs par saviem līdzekļiem organizē citas ar mazumtirdzniecības uzņēmumu saskaņotas aktivitātes, t.sk., organizē dažādu dāvanu piešķiršanu pircējiem.

[35.3.] Samaksa par preču izvietojumu mazumtirdzniecības vietas plauktos.

Konkrētais ierobežojums attiecas uz tirdzniecības zālē esošajiem pamatplauktiem, kur tiek veikts preču pamatizvietojums, t.s. plaukta maksām. Ir pieļaujama samaksas pieprasīšana tikai par preču izvietojumu papildus izvietojuma teritorijā (piemēram, papildus izvietojums uz paletēm, izvietojuma vietas ārpus pastāvīgās preču atrašanās vietas).

Primāri t.s. plaukta maksa dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošam tirgus dalībniekam ir kā papildu ieņēmumi, jo daļa no tirdzniecības vietas uzturēšanas izdevumiem tiek uzlikta piegādātājiem. Mazumtirgotāji, pateicoties iespējai iegūt maksājumus par „īpašām” plauktu vietām, nereti var būt ieinteresēti samazināt veikala sortimentu. Bez tam šādi maksājumi var deformēt konkurenci piegādātāju vidū, jo lielākie piegādātāji var būt ieinteresēti un arī spējīgi ilgstoši maksāt par mazumtirgotāja piedāvātajām „īpašām” plaukta vietām, lai ierobežotu mazāku konkurentu pieeju galapatērētājiem. Līdz ar to nav pieļaujamas regulārās maksas par preču izvietojumu pastāvīgajās atrašanās vietās.

[35.4.] Citi tieši un netieši maksājumi.

Praksē ir sastopami dažādi citi tiešie maksājumi. Kā piemēru šajā gadījumā var minēt vienreizēju fiksētu samaksu, ko piegādātājs apņemas samaksāt pircējam par katras jaunas preces ievadi datu bāzē vai ikreizēju samaksu piegādāto preču cenu izmaiņu gadījumā.

Attiecībā uz netiešajiem maksājumiem norādāms, ka līdzšinējā praksē ar dažādiem līguma nosacījumiem pēc būtības tiek aizstāti piegādātāju maksājumi par preču atrašanos mazumtirdzniecības vietā. Kā piemēru šajā gadījumā var minēt nosacījumu, kad mazumtirgotājs bez maksas izmanto piegādātāja īpašumā esošo inventāru (paletes, kastes, saldēšanas iekārtas, u.c.) cita piegādātāja preču izvietojumam, transportēšanai vai uzspiež piegādātājam nepamatotu norakstāmo, t.i., atpakaļ neatdodamo, palešu procentu u.tml.

[36] Šajā sadaļā minētie piemēri neatspoguļo visus gadījumus par netaisnīgu un nepamatotu maksājumu piemērošanu vai uzspiešanu par piegādātās preces atrašanos mazumtirdzniecības vietā, ja vien šie maksājumi nav attaisnojami ar jaunas, patērētājiem nezināmas preces virzīšanu tirgū, t.i., katrs gadījums būtu jāvērtē individuāli, izvērtējot tā ietekmi uz konkurenci konkrētajā tirgū.

3) *netaisnīgu un nepamatotu maksājumu piemērošana vai uzspiešana par līguma slēgšanu, ja vien šie maksājumi nav attaisnojami ar to, ka līgums tiek slēgts ar jaunu piegādātāju, kuram līdz ar to nepieciešama īpaša izvērtēšana*

[37] Normā paredzēts aizliegums tirgus dalībniekam, kurš atrodas dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā (mazumtirgotājs), pieprasīt maksājumus (atlīdzību) par līgumu slēgšanu ar piegādātājiem. Ar jēdzienu „līgums” konkrētās normas ietvaros saprotams jebkurš divpusējs (daudzpusējs) tiesisks darījums. Jēdziens „maksājums” ir saprotams kā jebkura atlīdzības forma, kuru mazumtirgotājs pieprasa par tiesiskā darījuma noslēgšanu.²⁰

[38] Norma paredz izņēmumu, kas ļauj ierobežojumu nepiemērot, ja līgums tiek slēgts ar jaunu piegādātāju, kuram līdz ar to ir nepieciešama īpaša izvērtēšana. Lai likumisko izņēmumu varētu piemērot, ir jāizpildās diviem kumulatīviem kritērijiem: 1) līgums tiek slēgts ar jaunu piegādātāju; un 2) mazumtirgotājam pastāv objektīva nepieciešamība veikt īpašu izvērtēšanas procesu konkrētajam piegādātājam.

[39] Vērtējot abus kumulatīvos jēdzienus, primāri pievēršama uzmanība jēdzienam „īpaša izvērtēšana”. Jēdziena „īpaša izvērtēšana” piemērošanas apjoms vērtējams kopsakarā ar Konkurences likuma 2.pantā nosprausto mērķi – aizsargāt, saglabāt un attīstīt brīvu, godīgu un vienlīdzīgu konkurenci. Lai piemērotu normā paredzēto izņēmumu, mazumtirgotājam būtu jāpamato, ka konkrētais gadījums ir objektīvs izņēmums, kad ir nepieciešama konkrēta jauna piegādātāja īpaša izvērtēšana, un maksas piemērošana par līguma slēgšanu konkrētajā gadījumā nepārkāpj Konkurences likuma mērķi. Vienlaicīgi jāņem vērā, ka maksa par līguma slēgšanu finansiāli ierobežo pieeju mazumtirdzniecības tirgum un piegādātājiem rada papildu finansiālu slogu, ko piegādātāji iekļauj izmaksās, eventuāli ietekmējot preces cenu.

[40] Par „īpašu izvērtēšanu” nevar uzskatīt, piemēram, mazumtirgotāja ikdienas funkciju veikšanu, kuras saistītas ar komercdarbības plānošanu, tirgus izpēti, jaunu piegādātāju meklēšanu un piesaistīšanu. Tāpat nevar pieprasīt maksu no jauna piegādātāja, ja izvērtēšana līdzīgā veidā tiek veikta citiem (ne jauniem) piegādātājiem, kuri darbojas tajā pašā konkrētajā tirgū, vai ja līdzīga izvērtēšana konkrētam piegādātājam ir veikta jau iepriekš.

4) *netaisnīgu un nepamatotu maksājumu piemērošana vai uzspiešana par preču piegādi jaunatveramai mazumtirdzniecības vietai*

[41] Norma aizliedz piemērot vai uzspiest kā tiešus, tā arī netiešus maksājumus (vienreizējas maksas, atlaides, arī bezmaksas preces par noteiktu summu, atliktos norēķinus u.tml.) gan par jaunas mazumtirdzniecības vietas atvēršanu, gan par preču piegādi šādai vietai.

²⁰ Dažādu maksājumu piemērošanas praksi mazumtirdzniecības uzņēmumu un piegādātāju komercattiecībās, kā arī to nepieļaujamības pamatojumu sīkāk skatīt 13.panta otrās daļas 2.punkta skaidrojumā.

[42] Izpētot līdzšinējo praksi mazumtirgotāju un piegādātāju attiecībās, konstatējams, ka minētās normas kontekstā ar „jaunatveramu mazumtirdzniecības vietu” var tikt apzīmēta:

- mazumtirdzniecības vieta kā jauna būve,
- mazumtirdzniecības vieta, kurai veikti fiziski uzlabojumi (kosmētiskais remonts, renovācija, palielināta platība u.tml.),
- mazumtirdzniecības vieta, kurai mainījušies īpašnieki vai notikušas cita veida juridiskas pārmaiņas,
- mazumtirdzniecības vieta, uz kuru „jaunatvēršanas” statuss attiecināts citu pārkārtojumu (t.sk. veikala formāta maiņas) rezultātā.

Kā pamatojumu šādu maksājumu piemērošanai piegādātājiem mazumtirdzniecības uzņēmumi visbiežāk min milzīgās investīcijas jaunu mazumtirdzniecības vietu atvēršanai, kā arī lielo apgrozījuma pieaugumu piegādātājiem, it īpaši pirmajās dienās pēc to atvēršanas.

[43] Jēdziena „jaunatverama mazumtirdzniecības vieta” kontekstā norma primāri aizliedz piemērot vai uzspiest maksājumus par mazumtirdzniecības vietas ierīkošanu. Vispārēji šāds aizliegums izriet no normālas komercdarbības prakses attiecībā uz ieguldījumu plānošanu un risku vadību.

Šai sakarā norādāms, ka mazumtirdzniecības vietas ierīkošana ir viena no mazumtirdzniecības uzņēmuma pamatdarbībām, kas nodrošina tā funkcionēšanu un attīstību. Apstākļi, ka jaunas mazumtirdzniecības vietas atvēršana prasa lielus finanšu līdzekļus, kuru atgūšana iespējama ilgākā laikposmā, nedrīkst būt par iemeslu tam, ka dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošs tirgus dalībnieks, lai izvairītos no iespējamiem riskiem sakarā ar jaunas mazumtirdzniecības vietas spēju piesaistīt pietiekamu pircēju skaitu, uzspiež piegādātājiem segt daļu no izdevumiem par tās ierīkošanu. Turklāt katra vērā ņemama mazumtirdzniecības uzņēmuma rīcībā, pateicoties to tiešajai piekļuvei pie pircējiem un tirgus datu analīzēm, vajadzētu būt pietiekamai informācijai par tirdzniecības organizācijas jautājumiem, lai varētu efektīvi kontrolēt un vadīt riskus sakarā ar jaunu mazumtirdzniecības vietu atvēršanu.

[44] Jēdziena „preču piegāde” kontekstā tiesību norma dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošam tirgus dalībniekam aizliedz piegādātājiem piemērot vai uzspiest netaisnīgus un nepamatotus maksājumus, kas līgumos tiek dēvēti arī par sadarbības maksu, maksājumu tirdzniecības veicināšanai u.tml. un kas bez adekvāta pretpakalpojuma būtībā ir maksa par preces iekļaušanu/atrašanos veikala sortimentā (sk. sadaļu par 13.panta otrās daļas 2. punkta piemērošanu) un kalpo dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošam tirgus dalībniekam izdevumu samazināšanai sakarā ar jaunu mazumtirdzniecības vietu atvēršanu vai to uzturēšanu. Tāpēc šī norma noteikti vēršas pret tādiem noteikumiem, kā „ja pārdevēja piegādājamās preces tiek iekļautas jaunā vai rekonstruētā pircēja veikala pastāvīgajā sortimentā, pārdevējs apņemas samaksāt

pircējam vienreizēju sadarbības maksu, kuras apmērs noteikts atkarībā no jaunatvērtā veikala formāta” u.tml.

[45] Šai sakarā ir nodalāmi gadījumi, kur dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošs tirgus dalībnieks ar piegādātāju vienojas par noteiktiem mārketinga pakalpojumiem un attiecīgiem maksājumiem, kas ir pamatoti ar sniegto pakalpojumu izmaksām konkrētu piegādātāja preču popularizēšanai, piemēram, pārdošanas veicināšanas akciju vai reklāmas formā, turklāt attiecīgā pakalpojuma izmaksas jaunas tirdzniecības vietas atvēršanas gadījumā ir samērojamas ar līdzīgu pakalpojumu izmaksām, kas tiek organizētas parastā kārtībā jau esošajos veikalos.

[46] Turpretī, ja dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošs tirgus dalībnieks šādus maksājumus – neatkarīgi no tā, vai tos dēvē par mārketinga, sadarbības vai tml. maksājumiem -- pieprasa, piegādātājam pretī nesniedzot adekvātu pakalpojumu vai citu konkrētu, ekonomiski pamatojamu labumu, turklāt tos nosaka vienpusēji, nerespektējot otras puses vēlmes, atzīstams, ka šādi maksājumi ir netaisnīgi un nepamatoti. Minētais attiecas uz jebkāda veida noteikumiem, piemēram, piegādes grafika izmaiņas jaunatveramai mazumtirdzniecības vietai, kad dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošs tirgus dalībnieks piegādātājus informē par pirmo piegāžu dienām, iepriekš ar tiem neveicis attiecīgas konsultācijas; vai tādiem noteikumiem kā „jaunu veikalu atvēršanas gadījumos piegādātājs apņemas pagarināt pirmās preču pavadzīmes rēķina apmaksas termiņu” u.tml.

[47] Ja dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošs tirgus dalībnieks maksājumus par preču piegādi jaunatveramai mazumtirdzniecības vietai vispārīgi pamato ar to, ka jaunas mazumtirdzniecības vietas atvēršana veicina preču noietu un arī piegādātājam palielina preču apgrozījumu, atzīstams, ka šāds arguments nav pamatots, jo nav izslēgta situācija, ka ar jaunās mazumtirdzniecības vietas apgādi piegādātājam ir samazinājies preces apgrozījums kādā citā tuvumā esošajā šā mazumtirdzniecības uzņēmuma veikalā, savukārt, palielinoties konkrētās preces pārdošanas apjomam, dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošam tirgus dalībniekam jau tā attiecīgi ir iespēja saņemt lielāku apjoma atlaidi.

5) netaisnīgu un nepamatoti garu norēķinu termiņu piemērošana vai uzspiešana par piegādātājam precēm

[48] Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punktā paredz aizliegumu piegādes attiecībās piemērot netaisnīgus un nepamatotus norēķinu termiņus. Norēķinu laiks ir būtisks piegādātāju un mazumtirgotāju komerciālās sadarbības aspekts. Eiropas Savienības Pārtikas un dzērienu konfederācijas (CIAA) sagatavotajā ziņojumā par piegādātāju un tirgotāju savstarpējām attiecībām norādīts, ka pārmērīgi gari norēķinu termiņi vai novēlota rēķinu apmaksa mazina

piegādātāju un ražotāju spēju pilnvērtīgi attīstīties un veiksmīgi konkurēt. Mazumtirgotāju iepirktie pārtikas preču krājumi pārvēršas par skaidru naudu, iekams ir jāapmaksā piegādātāju rēķini. Savukārt ilgstoši neapmaksātie rēķini mazumtirgotājiem dod iespēju iegūtos līdzekļus investēt aktīvos. Līdz ar to secināms, ka pārmērīgu garu norēķinu termiņu pastāvēšana vai novēlota rēķinu apmaksa pēc būtības ir kā bezprocentu finansējums mazumtirgotāju izaugsmei, kurš tiek finansēts uz piegādātāju rēķina.²¹

[49] Norma neparedz konkrētu norēķinu termiņu, bet nosaka tikai kritērijus norēķinu termiņa noteikšanai, ja mazumtirgotājs atrodas dominējošā stāvoklī. Tādējādi, nosakot pušu tiesības un pienākumus privāttiesiskajās attiecībās, Konkurences likums satur speciālo regulējumu attiecībā pret vispārējo regulējumu – Civillikumu. Šādos apstākļos vispārējais regulējums var kalpot kā tiesību avots, interpretējot Konkurences likuma tiesību normu.

[50] Civillikuma 1652.pants, kurš veidots²², ņemot vērā Eiropas Parlamenta un Padomes 2000.gada 29.jūnija direktīvas 2000/35/EK „Par maksājumu kavējumu novēršanu komercdarījumos”²³ (turpmāk – Direktīva) 3.panta pirmās daļas „b” punktu, paredz, ja līgumā par preces piegādi, pirkumu vai pakalpojuma sniegšanu nav nolīgts atlīdzības samaksas termiņš, turklāt parādnieks, kura saistība ir izpildāma, nav saņēmis atgādinājumu no kreditora vai tā vietnieka (1653.p.) agrāk, parādnieka nokavējums ar visām tā sekām iestājas pats no sevis, ja parādnieks nav izdarījis samaksu trīsdesmit dienu laikā pēc: 1) rēķina vai cita līdzvērtīga maksājuma pieprasījuma saņemšanas dienas; 2) preces vai pakalpojuma saņemšanas dienas, ja rēķina vai cita līdzvērtīga maksājuma pieprasījuma saņemšanas laiks nav droši zināms vai ja parādnieks ir saņēmis rēķinu vai citu līdzvērtīgu maksājuma pieprasījumu agrāk nekā precī vai pakalpojumu; 3) dienas, kurā veikta ar likumu vai līgumu paredzēta pieņemšana vai pārbaude (apskate), lai noteiktu preces vai pakalpojuma atbilstību līguma noteikumiem, un parādnieks ir saņēmis rēķinu vai citu līdzvērtīgu maksājuma pieprasījumu šajā dienā vai pirms tās.

[51] No Civillikuma 1652.panta (Direktīvas 3.panta pirmās daļas „b” punkta) izriet: ja puses nav vienojušās par rēķinu apmaksas termiņu, tad komercdarbības vide prasītu, lai parādnieks sāktu maksāt procentus, ja rēķinu apmaksa tiek kavēta ilgāk par trīsdesmit dienām. Tas, tāpat kā vienkāršotā piedziņas kārtība un paaugstinātā nokavējuma procentu likme pastiprina kreditoru (preču pārdevēju vai pakalpojumu sniedzēju) interešu aizsardzību saistību līgumos par preces piegādi vai pakalpojuma sniegšanu²⁴. Tādējādi var secināt, ka Civillikuma 1652.pants, līdzīgi kā Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 5.punkts paredz kreditora (piegādātāja/ražotāja) tiesisko interešu

²¹ Relations between Industry and Distribution across Europe: Proposals for a CIAA Agenda, Madrid, May 2006, 2.lpp, npublicēts.

²² Grozījumi Civillikumā: LR likums. *Latvijas Vēstnesis*, 2006. 9.februāris, nr. 24.

²³ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2000:200:0035:01:LV:HTML>

²⁴ Likumprojekta “Grozījumi Civillikumā” anotācija 1.2.punkts. (26.01.2006.) http://www.saeima.lv/bi8/lasa?dd=LP1276_0

aizsardzību saprātīgā un ekonomiski pamatotā termiņā saņemt samaksu par piegādātajām precēm.

[52] Ņemot vērā minēto, Konkurences padome secina, ka par taisnīgu un pamatotu norēķinu termiņu Konkurences likuma 13.panta otrās daļas izpratnē parasti tiek uzskatīts trīsdesmit dienu termiņš. Tomēr atsevišķos gadījumos, ņemot vērā ar preču piegādi un to apmaksu saistītos apstākļus, konkrētās lietas ietvaros par taisnīgu un pamatotu norēķinu termiņu var tikt uzskatīts cits, īsāks termiņš. Piemēram, ātri apgrozāmām precēm, kurām ir īss aprites laiks mazumtirdzniecības vietā, bieži pasūtītajām un piegādātajām precēm, kā arī precēm ar īsu realizācijas laiku.

[53] Ir saprātīgi prasīt, lai dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esoša tirgus dalībnieka attiecībās ar piegādātājiem tiktu ievērots vispārējs princips, ka ja dažādu piegādātāju vienādu preču vidējie aprites laiki mazumtirdzniecības vietā ir līdzīgi, tad arī par šīm precēm pastāv līdzīgi norēķinu termiņi.

[54] Ņemot vērā, ka darījuma puses ir tiesīgas brīvi vienoties, kādā veidā tiks noteikts konkrēts (kārtējais) norēķinu termiņš, tirgus dalībniekiem jāņem vērā, ka faktiskais norēķinu termiņš nevar pārsniegt taisnīgu un pamatotu norēķinu termiņu. Proti, par netaisnīgu un nepamatotu tiks atzīta arī vienošanās, kura faktiski ļaus norēķinu termiņa pagarināšanu, iestājoties kādiem nosacījumiem. Piemēram, norēķinu veikšana tikai noteiktā nedēļas dienā pēc termiņa iestāšanās.

6) netaisnīgu un nepamatotu sankciju piemērošana vai uzspiešana par darījumu noteikumu pārkāpumu

[55] Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 6.punkts aizliedz dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošam tirgus dalībniekam piemērot vai uzspiest netaisnīgas un nepamatotas sankcijas par darījumu noteikumu pārkāpumu. Līdz ar to minētā tiesību norma ierobežo dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esoša tirgus dalībnieka rīcības brīvību kā konkrētu sankciju, tā arī to apjoma noteikšanā un piemērošanā, novēršot pārmērīgas un nepamatotas sankcijas.

[56] Tiesību norma nav ierobežota līdz konkrētam sodoša rakstura tiesiskam līdzeklim. Līdz ar to sankcijas šīs tiesību normas izpratnē saprotamas to plašākajā nozīmē gan kā līgumsods, soda nauda, procenti, gan arī kā citi pasākumi ar sodošu vai tiesībatjaunojošu nozīmi.

[57] Dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošam tirgus dalībniekam, paredzot un piemērojot sankcijas, jāņem vērā, ka sankcijas nevar tikt izmantotas pretēji civiltiesībās pastāvošajam labas ticības principam. Sankcijas nav arī līdzeklis, ar kura palīdzību dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošs tirgus dalībnieks ir tiesīgs iedzīvoties uz piegādātāju rēķina. Līdz ar to konkrētās tiesību normas kontekstā par vispārēju principu ir atzīstams, ka, dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošam tirgus dalībniekam paredzot vai piemērojot

sankcijas, tām ir jābūt taisnīgām un samērīgām kā ar konkrēto darījuma (atsevišķu tā noteikumu) pārkāpumu, tā ar paredzamajiem zaudējumiem vai kaitējumu.

Taisnīguma un pamatotības kritērijs noteicoši vērtējams saistībā ar sankciju paredzēšanu, savukārt taisnīguma un samērīguma – ar piemērošanu.

Konkrētu sankciju taisnīgums, samērīgums un pamatotība vienmēr tiks vērtēti individuālo apstākļu kontekstā.

Sankciju taisnīguma un pamatotības pierādīšanas nasta ir dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošam tirgus dalībniekam.

[58] Būtiski ir ņemt vērā, ka noteiktos gadījumos, ievērojot konkrētā darījuma noteikumu pārkāpuma izpausmi un radušās sekas, tieši paredzētās sankcijas piemērošana var tikt atzīta par netaisnīgu un nepamatotu. Tas, jo īpaši attiecas uz gadījumiem, kad darījuma noteikuma pārkāpuma konkrētā izpausme ir plaši definēta, pārkāpuma izpausmes un to smagums var atšķirties un sankcijas par konkrēta darījuma noteikuma pārkāpumu nav diferencētas.

[59] Ievērojot šos principus, par netaisnīgām un nepamatotām sankcijām par darījuma noteikumu pārkāpumu uzskatāmas, piemēram:

- sankcijas par darījuma noteikumu pārkāpumu, par kuru nav vainojams piegādātājs, piemēram, izmaiņas, kas attiecas uz precī, ir saskaņotas, bet nav ietvertas dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošā tirgus dalībnieka datorizētajā uzskaites sistēmā;
- sankcijas par gadījumiem, kuru iestāšanās ir atkarīga no paša dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošā tirgus dalībnieka, piemēram, sankcijas par nepiegādātiem preču apjomiem, ja tiek pieprasīts piegādāt precī virs iepriekš saskaņotā apjoma;
- sankcijas par tādu noteikumu, t.sk. attiecībā uz maksājumiem, neizpildi, kas atbilst kādam no Konkurences likuma 13.panta otrās daļas 1. – 5.punktā noteiktajiem, piemēram, sankcijas par atdotās preces atpakaļ nepieņemšanu, ja nepastāv tiesību normā paredzētie atpakaļatdošanas izņēmumi, arī sankcijas par maksājumu par jaunatveramu tirdzniecības vietu vai līguma slēgšanu nesamaksāšanu;
- ar konkrētā darījuma noteikuma pārkāpuma smagumu un sekām nesamērīgas sankcijas, piemēram, sankcija par [dažu] preču nepiegādi ir lielāka par šo preču vērtību, sankcija par nebūtisku piegādātās preces bojājumu vai kļūdu preces piegādes dokumentā ir vairākkārtīgi lielāka par zaudējumiem, kas šāda darījuma noteikuma pārkāpuma rezultātā radušies;
- divu sankciju piemērošana sakarā ar vienu un to pašu darījuma noteikuma pārkāpumu;
- kārtējo maksājumu, kas pārsniedz samērīgas paredzētās sankcijas par konkrēto darījuma noteikumu pārkāpumu, aizturēšana piegādātājam līdz līgumsoda samaksai, vai citu sankciju paredzēšana par līgumsoda nemaksāšanu;

- sankcijas, kas ierobežo piegādātāja saimniecisko brīvību darījumu slēgšanā ar citiem tirgus dalībniekiem, piemēram, sankcijas par atšķirīgas bāzes cenas noteikšanu dažādiem mazumtirgotājiem.

[60] Nav pieļaujams sankciju mehānismu izmantot arī kā paredzamus regulārus maksājumus. Preču ražošanā un piegādē vienmēr pastāv zināms procents kļūdu, kas radušās tehnoloģiskas nepilnības vai cilvēciskā faktora dēļ, piemēram, kļūdas piegādes dokumentu noformēšanā. Minētais kļūdas procents ir jebkurā ražošanas un piegādes procesā un tas ir paredzams. Nosakot un piemērojot sankcijas par paredzamu kļūdu, šādas sankcijas nevar atturēt piegādātāju no turpmākiem darījuma noteikumu pārkāpumiem, bet faktiski ļauj regulāri saņemt paredzamus maksājumus. Līdz ar to šādos gadījumos pirms sankciju piemērošanas pamatoti ir paredzēt saprātīgu termiņu pieļauto kļūdu novēršanā.

Ja attiecīgu darījuma noteikumu var pārkāpt abas darījuma puses, nav pieļaujama vienpusēju sankciju noteikšana. Paredzamās sankcijas šādā gadījumā nevar būt atšķirīgas, tām jābūt savstarpēji taisnīgām.

Īpaši, ja konkrētā darījuma noteikuma pārkāpums nav būtisks un tas ir iespējams, dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošam tirgus dalībniekam savstarpējās attiecībās ar piegādātāju jāparedz iespēja saprātīgā termiņā to novērst, nepiemērojot sankcijas.

Piemērojot sankcijas, dominējošā stāvoklī mazumtirdzniecībā esošam tirgus dalībniekam ir jāņem vērā vispārējs princips, ka par konkrētā darījuma noteikuma pārkāpumu piegādātājs ir jāinformē saprātīgā termiņā, tādējādi dodot iespēju operatīvi pārbaudīt izvirzīto iebildumu pamatotību. Par saprātīgu termiņu nevar tikt atzīts termiņš, kas pārsniedz mēnesi no konkrētā darījuma noteikuma pārkāpuma konstatēšanas dienas.

Priekšsēdētāja v.i.

(paraksts)

R.Jonītis