

|  |
| --- |
| **KONKURENCES NOVĒRTĒŠANAS PĀRBAUDES LAPA**Konkurences novērtējums jāveic, ja tiesību normai piemīt kāda no turpmāk minētajām ietekmēm. |
| **A. Ierobežo piegādātāju skaitu vai loku**Šāda situācija ir iespējama gadījumos, kad tiesību norma:* **A1.** piešķir piegādātājam ekskluzīvas tiesības piegādāt preces vai sniegt pakalpojumus;
* **A2.** nosaka licencēšanas, atļaujas izsniegšanas vai apstiprināšanas procesu kā darbības veikšanas nosacījumu;
* **A3.** ierobežo noteiktu piegādātāju iespējas piegādāt preces vai sniegt pakalpojumus;
* **A4.** būtiski paaugstina ar ieiešanu tirgū vai iziešanu no tā saistītās izmaksas piegādātājam;
* **A5.** rada ģeogrāfiskus šķēršļus komercsabiedrībām piegādāt preces un darbaspēku vai sniegt pakalpojumus, vai investēt kapitālu.
 | **B. Ierobežo piegādātāju konkurētspēju**Šāda situācija ir iespējama gadījumos, kad tiesību norma:* **B1.** ierobežo pārdevēju spēju noteikt preču vai pakalpojumu cenas;
* **B2.** ierobežo piegādātāju iespējas brīvi reklamēt vai pārdot savas preces vai pakalpojumus;
* **B3.** nosaka preču kvalitātes standartus, kas dažiem piegādātājiem rada pārmērīgas priekšrocības attiecībā pret citiem vai kas pārsniedz līmeni, kādu daži kompetenti pircēji izvēlētos;
* **B4.** būtiski paaugstina ražošanas izmaksas dažiem piegādātājiem attiecībā pret citiem (sevišķi tad, ja pret tirgū pārstāvētiem uzņēmumiem izturas citādi nekā pret jaunajiem tirgus dalībniekiem).
 |
| **C. Mazina piegādātājiem stimulu konkurēt**Šāda situācija ir iespējama gadījumos, kad tiesību norma:* **C1.** rada pašregulējošu vai kopregulējošu sistēmu;
* **C2.** prasa vai mudina publicēt informāciju par piegādātāja produkciju, cenām, noietu vai izmaksām;
* **C3.** izslēdz noteiktas nozares vai piegādātāju grupas darbības no vispārējo konkurences tiesību darbības jomas.
 | **D. Ierobežo pircējiem pieejamo izvēli un informāciju**Šāda situācija ir iespējama gadījumos, kad tiesību norma:* **D1.** ierobežo patērētāju iespējas izvēlēties, kur iepirkties;
* **D2.** samazina pircēju mobilitāti starp preču vai pakalpojumu piegādātājiem, paaugstinot piegādātāju maiņas tiešās vai netiešās izmaksas;
* **D3.** būtiski maina informāciju, kas nepieciešama pircējiem, lai efektīvi iepirktos.
 |



|  |
| --- |
| Kad tiek citēts šis dokuments, lūdzam izmantot šādu atsauci:ESAO (2019), *Competition Assessment Toolkit: Volume 2. Guidance,*www.oecd.org/competition/toolkit |

**4.0. redakcija**

Par šā dokumenta publicēšanu atbildīgs ir ESAO ģenerālsekretārs. Dokumentā izklāstītie viedokļi un izmantotie argumenti ne vienmēr atspoguļo ESAO, tās dalībvalstu valdību vai Eiropas Savienības oficiālo viedokli.

Ne šis dokuments un arī neviena tajā iekļautā karte neskar nevienas teritorijas statusu un suverenitāti pār šādu teritoriju, starptautiskās robežas un nevienas teritorijas, pilsētas vai apgabala nosaukumu.

© ESAO 2019. gads

# Priekšvārds

Lielāka konkurence uzlabo valsts ekonomisko efektivitāti, rada uzņēmējdarbības iespējas tās iedzīvotājiem un samazina preču un pakalpojumu cenas visā ekonomikā. Tomēr daudzi normatīvie akti var pārmērīgi ierobežot konkurenci tirgū. Valstis var samazināt nevajadzīgus ierobežojumus, piemērojot metodes, kas ir izklāstītas ESAO dokumentā “Konkurences novērtēšanas metodiskais līdzeklis”. Šajā metodiskajā līdzeklī ir izklāstīta vispārējā metodoloģija, lai identificētu nevajadzīgus ierobežojumus un izstrādātu alternatīvus, mazāk ierobežojošus politikas pasākumus, ar kuriem ir iespējams sasniegt valdības mērķus. Viens no metodiskā līdzekļa pamatelementiem ir “konkurences pārbaudes lapa”, kurā uzdota virkne vienkāršu jautājumu, lai noteiktu, kuri normatīvie akti varētu nevajadzīgi ierobežot konkurenci. Šādā pārbaudē valsts ierobežotie resursi tiek koncentrēti tajās jomās, kurās konkurences novērtējums ir vajadzīgs visvairāk.

Valstis var izmantot šo metodisko līdzekli trīs veidos:

* jaunu normatīvo aktu projektu izvērtēšanai (piemēram, izmantojot regulatīvās ietekmes novērtējuma programmas);
* spēkā esošu normatīvo aktu izvērtēšanai (ekonomikā kopumā vai atsevišķās nozarēs);
* regulējuma ietekmes uz konkurenci novērtēšanai (ko veic valsts iestādes, kuras izstrādā un pārskata politikas pasākumus, vai arī konkurences uzraudzības iestāde).

Metodiskais līdzeklis ir paredzēts decentralizētai izmantošanai valsts pārvaldē gan valsts līmenī, gan reģionu un pašvaldību līmenī. Metodiskā līdzekļa materiāli tika sagatavoti ar šādu elastību, jo konkurences ierobežojumi var būt piemēroti dažādos valsts pārvaldes līmeņos un konkurences novērtējums ir noderīgs visos līmeņos. Vienu no visveiksmīgākajiem konkurenci veicinošas reformas piemēriem ir sniegusi federāla sistēma, proti, Austrālija, kas 20. gadsimta deviņdesmito gadu vidū īstenoja plašas konkurenci veicinošas reformas gan valsts, gan pavalstu līmenī. Kopš tā laika Austrālijā ir vērojama augsta ekonomiskā efektivitāte un liela un pastāvīga izaugsme, kas Austrāliju no ekonomikas ar vidējiem rādītājiem ir padarījusi par vienu no ESAO dalībvalstīm ar labākajiem ekonomiskajiem rādītājiem. Liela mēroga konkurences novērtēšanas projektā 2013. gadā saimnieciskais labums, kas tika gūts, īstenojot ieteiktos pārgrozījumus, sasniedza aptuveni 5,2 miljardus EUR (ESAO, 2014a). Citā projektā aprēķināts, ka saimnieciskais labums ir sasniedzis aptuveni 2,5 % no IKP vai vairāk (Sims, R., 2013 un Produktivitātes komisija, 2005). Lai gan ne visiem projektiem būs tik liela ietekme, konkurences novērtēšana bieži vien var sniegt ievērojamu labumu.

Šo metodisko līdzekli var izmantot amatpersonas, kuras nav saņēmušas specializētu apmācību ekonomikas vai konkurences politikas jomā. Potenciālie lietotāji ir ministrijas, likumdevēja iestādes, valsts vadītāju biroji, pavalstu valdības un ārēji politikas vērtētāji.

Konkurences novērtēšanas metodiskais līdzeklis ir pieejams daudzās valodās, lai sekmētu tā plašu izmantošanu un pielāgošanu. Tam ir trīs sējumi: 1. sējumā “Konkurences novērtēšanas principi” ir sniegti piemēri par konkurences radīto labumu un ievadinformācija par konkurences pārbaudes lapu un izklāstīts tas, kā valstis novērtē savas politikas ietekmi uz konkurenci; 2. sējumā “Norādījumi par konkurences novērtēšanu” ir sniegti sīki izstrādāti tehniski norādījumi par galvenajiem jautājumiem, kas jāapsver, kad tiek veikts konkurences novērtējums; 3. sējumā “Konkurences novērtēšanas rokasgrāmata” soli pa solim ir izklāstīta konkurences novērtējuma veikšana. Visi saistītie informatīvie materiāli ir pieejami ESAO tīmekļa vietnē www.oecd.org/competition/toolkit.

#### Pateicības

Konkurences novērtēšanas metodisko līdzekli izstrādāja Konkurences komitejas 2. darba grupa, ieguldījumu sniedzot daudzām ESAO delegācijām gan no dalībvalstu ekonomikām, gan no tādu valstu ekonomikām, kuras nav ESAO dalībvalstis, un citām ESAO struktūrām, kuras ir ieinteresētas šajos jautājumos, tostarp Regulatīvas politikas komitejai un Patērētāju aizsardzības politikas komitejai.

ESAO sekretariātā informācijas materiālu sagatavošanā piedalījās Rekss Deitons-Smits [*Rex Deighton-Smith*], Viveks Gosals [*Vivek Ghosal*], Marta Troja-Martinesa [*Marta Troya-Martinez*], Marks Roneins [*Mark Ronayne*], Kristiāna Vitāle [*Cristiana Vitale*] un Sabīne Cigelski [*Sabine Zigelski*] un darbu vadīja Šons F. Īniss [*Sean F. Ennis*] no Konkurences nodaļas. Būtiskus komentārus sniedza Pīters Everijs [*Peter Avery*], Džons Deiviss [*John Davies*], Antoniu Gomešs [*Antonio Gomes*], Stefans Žakobzons [*Stephane Jacobzone*], Federika Maiorano [*Federica Maiorano*], Anja Tīmane [*Ania Thiemann*] un daudzi ESAO komitejas delegāti.

# Satura rādītājs

[1. nodaļa 8](#_Toc57383590)

[Ievads. Regulējuma un regulatīvas reformas nepieciešamība 8](#_Toc57383591)

[2. nodaļa 12](#_Toc57383592)

[Konkurences novērtējums. Līdzeklis regulatīvas reformas daļas izpildei 12](#_Toc57383593)

[3. nodaļa 16](#_Toc57383594)

[Jēdzieni un satvars konkurences novērtēšanai tirgos 16](#_Toc57383595)

[4. nodaļa 25](#_Toc57383596)

[Regulatīvi pasākumi 25](#_Toc57383597)

[5. nodaļa 73](#_Toc57383598)

[Vispārējs satvars normatīvo aktu ietekmes uz konkurenci novērtēšanai 73](#_Toc57383599)

[6. nodaļa 80](#_Toc57383600)

[Novērtēšanas posmi 80](#_Toc57383601)

[7. nodaļa 84](#_Toc57383602)

[Secinājumi 84](#_Toc57383603)

[Atsauces 85](#_Toc57383604)

[A pielikums 93](#_Toc57383605)

[Tirgus noteikšana un struktūras analīze 93](#_Toc57383606)

[B pielikums 99](#_Toc57383607)

[Konkurences novērtējuma piemērs 99](#_Toc57383608)

### Ierāmējumi

1. ierāmējums. Ienākšana tirgū 30

2. ierāmējums. Ekskluzīvu tiesību piešķiršana vai to termiņa pagarināšana 34

3. ierāmējums. Preču, pakalpojumu un kapitāla plūsma 36

4. ierāmējums. Reklāma un tirgdarbība 41

5. ierāmējums. Ostas velkoņu operatori – obligātā aprīkojuma prasības 45

6. ierāmējums. Izņēmuma noteikumi 48

7. ierāmējums. Zvaigžņu klasifikācijas sistēma viesnīcās 52

8. ierāmējums. Informācijas problēmas 54

9. ierāmējums. Pašregulācija 58

10. ierāmējums. Sadarbība un informācijas apmaiņa 61

11. ierāmējums. Darbību atbrīvošana no konkurences tiesību piemērošanas 63

12. ierāmējums. Ar firmas zīmi marķētu zāļu obligāta pārdošana, ja vien nav skaidri atļauts izmantot aizvietojošas zāles 68

13. ierāmējums. Piegādātāja maiņas izmaksas 70

A1. ierāmējums. Tirgus struktūra 95

# 1. nodaļa

### Ievads. Regulējuma un regulatīvas reformas nepieciešamība

Valstis bieži iejaucas tirgus darbībā, lai regulētu tirgus struktūru vai uzņēmumu uzvedību. Valstu iejaukšanās ekonomikā var izpausties šādi:

* + uzņēmējdarbības sākšanas vai paplašināšanas ierobežojumi;
	+ normatīvie akti, kas ierobežo pasākumus, kurus komercsabiedrības veic, lai konkurētu viena ar otru;
	+ normatīvie akti, kas ierobežo komercsabiedrību stimulu konkurēt, un
	+ normatīvie akti, kas ierobežo patērētājiem pieejamās izvēles iespējas vai informāciju.

Šāda iejaukšanās var būtiski ietekmēt skartās nozares un dažkārt samazināt produktivitāti un kaitēt patērētājiem. Šajā sējumā izskaidrots, kā noteikt, vai iejaukšanās pasākumiem ir pārmērīgi nelabvēlīga ietekme, un sniegti alternatīvu izstrādes piemēri.

Šādiem iejaukšanās pasākumiem var būt ekonomiski pamatoti iemesli, piemēram, no ārējiem faktoriem izrietošu tirgus nepilnību novēršana, valsts resursu un sabiedrisko labumu pārraudzība, tirgus varas ierobežošana un tādas neefektivitātes samazināšana, ko rada nepietiekama vai asimetriska informācija. Papildus ekonomiskajai regulēšanai valstis regulē uzņēmumu uzvedību, lai sekmētu vērtīgu mērķu sasniegšanu veselības aizsardzības, drošības un vides kvalitātes jomā.

Kad tiek apsvērta valsts iejaukšanās nepieciešamība, ir vērts ņemt vērā to, cik lielā mērā produkti var būt izslēdzoši vai to patēriņā var pastāvēt sāncensība. Izslēdzošas preces ir tādas, no kuru patēriņa ir iespējams izslēgt lietotājus un patērētājus. Preces, kuru patēriņā pastāv sāncensība, ir tādas, kuru izlietošana vienas puses vajadzībām samazina citām pusēm pieejamo šādu preču krājumu. Vienā produktā var būt apvienotas vairākas šādas pazīmes. Ja produkti ir neizslēdzoši, pastāv īpaši spēcīgs ekonomiskais pamatojums valsts iejaukšanās pasākumiem gan attiecībā uz kopējām precēm (neizslēdzošas preces, kuru patēriņā pastāv sāncensība), gan attiecībā uz sabiedriskajām precēm (neizslēdzošas preces, kuru patēriņā nepastāv sāncensība). Attiecībā uz privātām precēm (izslēdzošas preces, kuru patēriņā pastāv sāncensība) un ierobežotām precēm (izslēdzošas preces, kuru patēriņā nepastāv sāncensība) var pastāvēt bažas par tirgus varu vai drošību, kas liek apsvērt valsts iejaukšanās pasākumus. Kopējās preces apdraud krājumu izsīkšanas risks, kā to var novērot zvejniecības jomā; zvejas kuģus var būt grūti izslēgt (piemēram, grūti patrulējamos valsts ūdeņos vai starptautiskajos ūdeņos), un ir maz ticams, ka tie ņems vērā savas zvejas darbības pilno ietekmi uz pieejamo zivju krājumu. Normatīvie akti var būt vienīgais veids, kā nodrošināt, lai kopējās preces netiktu pārmērīgi izmantotas.

Dažos gadījumos tas, vai produktu var uzskatīt par izslēdzošu produktu, ir apspriežams jautājums. Piemēram, izsenis tiek uzskatīts, ka bākas ir sabiedriskie labumi, jo nav iespējams piespiest kuģus maksāt bākas pakalpojuma sniedzējam un vienam kuģim izstarotā bākas gaisma nesamazina gaismas apjomu, kas pieejams citiem kuģiem. Kauzs [*Coase*] (1974) ir atzīmējis, ka vienubrīd Apvienotajā Karalistē pastāvēja privātas bākas un kuģi maksāja par tām, piemēram, piestājot ostā, kas rosina domāt, ka bākas var būt ierobežotas preces. Citi pētnieki vēlāk ir norādījuši, ka privātās bākas reti kad pastāvēja ilgstoši, pilnībā privātu darbību bieži vien aizstājot ar valsts piešķirtu monopola maksu, kas galu galā radīja augstas nomas maksas sistēmu, kurai sekoja bāku nonākšana valsts pārvaldībā. Tāpēc, lai noteiktu to, kādu valsts iesaistīšanos tādu pakalpojumu sniegšanā kā bāku pakalpojumi var uzskatīt par atbilstošu, ir nepieciešama pilna nodrošinātās produkcijas veida un privātā tirgus darbības iespēju analīze.

Turpmāk izklāstītie piemēri parāda ekonomisko un sociālo mērķu lielo daudzveidību un to sasniegšanai izstrādātos politikas pasākumus:

* + lai nepieļautu tirgus varas izmantošanu dabīgajos monopoluzņēmumos, valdības parasti izmanto cenas un peļņas normas regulēšanu;
	+ lai kontrolētu negatīvās papildu sekas, ko rada piesārņojums, valstis uzliek nodokļus un nosaka daudzuma ierobežojumus; tās arī ievieš inovatīvas shēmas, piemēram, atļaujot emisiju kvotu tirdzniecību;
	+ lai nodrošinātu patērētāju aizsardzību, valstis nosaka farmācijas izstrādājumu un medicīniskā aprīkojuma kvalitātes standartus;
	+ lai samazinātu tādus nelaimes gadījumus darbavietās, kuros var ciest cilvēki, valstis iejaucas, nosakot drošības vadlīnijas un standartus, un
	+ lai uzlabotu automobiļu pasažieru drošību, valstis pieprasa automobiļu aprīkošanu ar drošības jostām un drošības spilveniem.

Šie dažādie piemēri ir neliela daļa no sociālajiem un ekonomiskajiem mērķiem, kurus valstis var sasniegt, izvēloties konkrētu politiku. Valsts rīcība ir ļoti svarīga efektīvu valsts politikas mērķu sasniegšanai.

Politikas veidotājiem ir grūts uzdevums noteikt labāko valsts vai privātās darbības veidu konkrēto mērķu sasniegšanai. Kopš 20. gadsimta 70. gadiem daudzas valstis ir uzsākušas reformas, lai uzlabotu normatīvo aktu kvalitāti un līdz minimumam samazinātu komandvadības regulējuma formas valsts ekonomikā. Šo mērķu sasniegšana var nebūt iespējama konkurences ierobežojumu dēļ, kurus rada nepārdomāti normatīvie akti.

Normatīvā akta izstrādes procesa sākuma posmā un noteikti pirms normatīvā akta galīgās redakcijas ir jāizskata normatīvā akta ietekme uz konkurenci un jāapsver tas, kāda normatīvā akta redakcija radītu vismazāko kaitējumu konkurencei. 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 tam, ka šāds regulējums ir vajadzīgs sabiedrības interešu nodrošināšanai, tad valdībām par prioritāru uzdevumu ir jāizvirza šāda konkurenci ierobežojoša ekonomikas regulējuma noskaidrošana un atcelšana.”*

Vēl viens iemesls, kas ir radījis nepieciešamību veikt regulatīvas reformas, ir pakāpeniska pasaules tirgu atvēršana preču, pakalpojumu un kapitāla plūsmai. Kā norādījuši daudzi zinātnieki un politikas veidotāji, sekmīgai darbībai pasaules tirgos ir nepieciešams konkurētspējīgs un inovatīvs iekšējais tirgus. Tradicionālākās komandvadības regulējuma formas bieži kavē preču, pakalpojumu, ieguldījumu un tehnoloģijas plūsmu valsts reģionos, liedzot patērētājiem labumu, ko sniedz konkurence un inovācija. Daudzi ir norādījuši, ka ierobežojumu vai citu intervences politikas pasākumu samazināšana var palīdzēt valstu ekonomikām ātrāk pielāgoties strauji mainīgajiem pasaules tirgiem un novirzīt resursus no lejupslīdē esošām nozarēm uz darbībām ar augstu izaugsmes potenciālu 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, pieaug tādu valstu skaits, kurās tiek uzsākas ambiciozas programmas regulatīvā sloga samazināšanai un normatīvo aktu kvalitātes un efektivitātes uzlabošanai.

Regulatīvā reforma un regulējuma kvalitātes uzlabošana var palielināt produktivitāti, izraisīt cenu pazemināšanos un uzlabot preču un pakalpojumu kvalitāti un 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 Amerikas Savienotajās Valstīs reformas dažos sektoros katru gadu rada patērētājiem un ražotājiem 42–54 miljardus ASV dolāru lielu labumu. Aprēķināts, ka, aizstājot atsevišķas valstu prasības ar vienu Eiropas mēroga prasību, Eiropas iekšzemes kopprodukts (IKP) ir pieaudzis līdz pat 1,5 % laika posmā no 1987. gada līdz 1993. gadam. Japānā aprēķināts, ka ierobežojumu atcelšanas radītais efektivitātes pieaugums ir palielinājis patērētāju ienākumus par aptuveni 0,3 % (jeb 36 miljardiem ASV dolāru) gadā. Ziņojumā atzīmēts arī tas, ka Amerikas Savienotajās Valstīs 15 regulatīvās ietekmes analīzes ir izmaksājušas 10 miljonus ASV dolāru, bet to rezultātā veiktā normatīvo aktu pārskatīšana saskaņā ar aplēsēm ir radījusi 10 miljardus ASV dolāru lielu tīro labumu, tādējādi labuma un izmaksu savstarpējai attiecībai atbilstot attiecībai 1000 pret 1. Kanādas uzņēmējdarbības ietekmes pārbaude tiek uzskatīta par ļoti efektīvu līdzekli tam, lai novērtētu regulatīvo ietekmi uz maziem un vidējiem uzņēmumiem. Austrālijas valdība ir aprēķinājusi, ka konkurenci veicinošu reformu rezultātā viena ģimene gadā gūst labumu vidēji 4000 EUR apmērā.

Lai arī valstis pieņem normatīvos aktus, lai aizstāvētu plašas leģitīmas sociālās un ekonomiskās intereses, svarīgi ņemt vērā, ka lielāka konkurence var radīt labumu gan valstu ekonomikām, gan patērētājiem. Tāpēc, ņemot vērā, ka konkurences tirgi lielākajā daļā gadījumu var sniegt augstu ekonomisko labklājību, noteikumu un normatīvo aktu ietekmes uz konkurenci novērtēšana dos būtisku labumu. ESAO (1997) norādīts:

*“Ekonomikas un sociālajai politikai ir jābūt abpusēji veicinošām. Konkurences ierobežojumi, piemēram, ierobežojumi ieiešanai tirgū, cenas, ražošanas apjoma vai metožu ierobežojumi, ir ļoti dārgi sabiedrības interešu aizstāvēšanas veidi, [un] bieži vien tie ir bijuši neefektīvi .. 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]](#footnote-1)*

Kopumā šķiet, ka, novērtējot ietekmi uz konkurenci tirgos, var iegūt papildu informāciju par tirgu darbību, noskaidrot būtiskos faktorus, kas jāņem vērā, lai uzlabotu lēmumu caurskatāmību, un sniegt svarīgu rīku, kas politikas veidotājiem palīdzētu pareizi izvēlēties, kad tiek novērtētas normatīvo aktu priekšrocības un trūkumi. Ņemot vērā šo mērķi, šajā sējumā politikas veidotājiem ir sniegts vispārējs satvars dažādu noteikumu un normatīvo aktu ietekmes uz konkurenci novērtēšanai. Šis satvars un konkurences tiesību piemērošanas jēdzieni šajā sējumā ir izmantoti tamdēļ, lai novērtētu noteikumu un normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci.

**2. nodaļā** ir īsi apspriestas ESAO iniciatīvas regulatīvo reformu jomā un konkurences novērtējumu nozīme regulējuma kvalitātes uzlabošanā.

**3. nodaļā** ir izklāstīti galvenie jēdzieni, kurus konkurences uzraudzības iestādes izmanto ar konkurences tiesību piemērošanu saistītajā darbā. Tostarp šie jēdzieni ir saistīti ar tirgus varu, tirgus struktūru, šķēršļiem iekļūšanai tirgū, uzņēmumu iekļūšanu un iziešanu no tirgus, kā arī pašreizējo tirgus dalībnieku efektivitāti, inovāciju un uzvedību. 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 noteikumi un normatīvie akti.

**4. nodaļā** sniegts apkopojums par noteikumiem un normatīvajiem aktiem, kuri ietekmē konkurenci, piemēram, normatīvajiem aktiem, kas attiecas uz ieiešanu tirgū, reklāmu, izņēmuma noteikumiem (*grandfather clause*), produkta saturu un kvalitāti, preču un pakalpojumu plūsmu un 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.

Visbeidzot, **5. un 6. nodaļā** ir izklāstīts vispārējs satvars un arī metodoloģija, kuru amatpersonas var piemērot soli pa solim, kad novērtē dažādu noteikumu un normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci. Ietekmes uz konkurenci novērtējumu veic divos posmos, “sākotnējā novērtējuma” posmā veicot vienkāršu pārbaudi, kam seko detalizētāks “pilnais novērtējums”, ja sākotnējā novērtējumā tiek konstatētas būtiskas konkurences problēmas.

# 2. nodaļa

### Konkurences novērtējums. Līdzeklis regulatīvas reformas daļas izpildei

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 valstu pieņemtajiem normatīvajiem aktiem ir dažādi un svarīgi sociālie un ekonomiskie mērķi, tad pirms ikvienas regulatīvas reformas vai normatīvo aktu novērtējuma ir sabalansēti jāizvērtē visi sociālie un ekonomiskie ieguvumi un izmaksas, lai varētu pieņemt taisnīgu un objektīvu lēmumu. Svarīga iniciatīva ir saistīta ar normatīvo aktu ietekmes uz konkurenci novērtējumiem, kuru mērķis ir pārbaudīt iespējamo kaitējumu, ko konkurencei var radīt daži valstu pieņemtie noteikumi un normatīvie akti, kā arī dažādi profesionālo organizāciju ierobežojumi.

Lielākā daļa ESAO valstu ir iekļāvušas kompetences novērtējumu normatīvo aktu novērtēšanas procesā (ESAO, 2014a). Atbilstoši ieteikumiem, kas tika sniegti 2005. gada ESAO ziņojumā par regulējuma kvalitāti un darbību, kā arī ESAO padomes Ieteikumam par kvalitātes novērtēšanu (2019. gads) un tā izpildes ziņojumam (ESAO, 2014b) jaunie un spēkā esošie noteikumi un normatīvie akti ir jāpārbauda, lai novērtētu regulējuma kvalitāti, ietekmi uz konkurenci un tirgu atvērtību.[[2]](#footnote-2)1 Lai arī pastāv vispārēja vienprātība par to, ka konkurences novērtējumi uzlabo valsts regulējuma kvalitāti un ekonomisko efektivitāti, starp izvēlētajām pieejām pastāv ievērojamas atšķirības. Pirms ESAO Konkurences novērtēšanas metodiskā līdzekļa izveidošanas konkurences novērtējuma veikšanai nepieciešamie jēdzieni, metodes un satvars nebija pilnīgi izskaidroti vai sīki izanalizēti un noteikumu un normatīvo aktu ietekmes uz konkurenci novērtēšanai trūka precīza un pārredzama īstenošanas satvara. ESAO konkurences novērtēšanas pārbaudes lapa sniedz noderīgu sākotnējo satvaru pārbaudes veikšanai.

|  |
| --- |
| **KONKURENCES NOVĒRTĒŠANAS PĀRBAUDES LAPA**Konkurences novērtējums jāveic, ja tiesību normai piemīt kāda no turpmāk minētajām ietekmēm. |
| **A. Ierobežo piegādātāju skaitu vai loku**Šāda situācija ir iespējama gadījumos, kad tiesību norma:* **A1.** piešķir piegādātājam ekskluzīvas tiesības piegādāt preces vai sniegt pakalpojumus;
* **A2.** nosaka licencēšanas, atļaujas izsniegšanas vai apstiprināšanas procesu kā darbības veikšanas nosacījumu;
* **A3.** ierobežo noteiktu piegādātāju iespējas piegādāt preces vai sniegt pakalpojumus;
* **A4.** būtiski paaugstina ar ieiešanu tirgū vai iziešanu no tā saistītās izmaksas piegādātājam;
* **A5.** rada ģeogrāfiskus šķēršļus komercsabiedrībām piegādāt preces un darbaspēku vai sniegt pakalpojumus, vai investēt kapitālu.
 | **B. Ierobežo piegādātāju konkurētspēju**Šāda situācija ir iespējama gadījumos, kad tiesību norma:* **B1.** ierobežo pārdevēju iespējas noteikt preču vai pakalpojumu cenas;
* **B2.** ierobežo piegādātāju iespējas brīvi reklamēt vai pārdot savas preces vai pakalpojumus;
* **B3.** nosaka preču kvalitātes standartus, kas dažiem piegādātājiem rada pārmērīgas priekšrocības attiecībā pret citiem vai kas pārsniedz līmeni, kādu daži kompetenti pircēji izvēlētos;
* **B4.** būtiski paaugstina ražošanas izmaksas dažiem piegādātājiem attiecībā pret citiem (sevišķi tad, ja pret tirgū pārstāvētiem tirgus dalībniekiem izturas citādi nekā pret jaunajiem tirgus dalībniekiem).
 |
| **C. Mazina piegādātājiem stimulu konkurēt**Šāda situācija ir iespējama gadījumos, kad tiesību norma:* **C1.** rada pašregulējošu vai kopregulējošu sistēmu;
* **C2.** prasa vai mudina publicēt informāciju par piegādātāja produkciju, cenām, noietu vai izmaksām;
* **C3.** izslēdz noteiktas nozares vai piegādātāju grupas darbības no vispārējo konkurences tiesību darbības jomas.
 | **D. Ierobežo pircējiem pieejamo izvēli un informāciju**Šāda situācija ir iespējama gadījumos, kad tiesību norma:* **D1.** ierobežo patērētāju iespējas izvēlēties, kur iepirkties;
* **D2.** samazina pircēju mobilitāti starp preču vai pakalpojumu piegādātājiem, paaugstinot piegādātāju maiņas tiešās vai netiešās izmaksas;
* **D3.** būtiski maina informāciju, kas nepieciešama pircējiem, lai efektīvi iepirktos.
 |

Ir lietderīgi īsi salīdzināt standarta regulatīvās ietekmes analīzes (RIA) pieeju ar jaunajām konkurences novērtēšanas iniciatīvām. Pastāv divas potenciālas atšķirības. Pirmkārt, tipiskā RIA analīzē uzmanība galvenokārt tiek pievērsta kvantitatīviem rādītājiem un novērtēts normatīvo aktu sniegtais labums un radītās izmaksas. Savukārt konkurences novērtējumus parasti veic, lai iegūtu kvalitatīvākus slēdzienus par iespējamo nelabvēlīgo ietekmi uz konkurenci. Otrkārt, tipiskā RIA netiek pētīta tirgus dalībnieku uzvedība vai šādas rīcības izmaiņas. Noteikumi un normatīvie akti var mainīt tirgus dalībnieku stimulus, un svarīgs konkurences novērtējumu aspekts ir izprast to, kā normatīvie akti varētu ietekmēt tirgus dalībnieku uzvedību un konkurenci. Kopumā ir svarīgi saprast, ka konkurence un tās sniegtie labumi ir dinamiski pēc savas būtības. Labumi, kas ir saistīti ar lielāku efektivitāti un inovāciju, zemākām cenām un lielāku preču un pakalpojumu daudzveidību, parasti netiek iegūti uzreiz, bet gan kļūst izteiktāki laika gaitā. Šajā ziņā konkurences novērtējumi, kuru mērķis ir novērtēt tirgus dalībnieku uzvedības izmaiņas un prognozēt ilgtermiņa ieguvumus un izmaksas, 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*]. Pamatprincips nosaka to, ka noteikumi un normatīvie akti nedrīkst ierobežot konkurenci, ja vien nevar pierādīt, ka (Austrālijas valdība, 1995):

* + ieguvumi no ierobežojuma kopumā atsver izmaksas;
	+ normatīvā akta mērķus var sasniegt tikai tad, ja tiek ierobežota konkurence.

ESAO 2005. gada ziņojumā “Regulējuma kvalitātes un darbības pamatprincipi” ir ierosināts pārbaudīt jauno un spēkā esošo noteikumu un normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci un

*“izstrādāt tādu ekonomikas regulējumu visos sektoros, kas stimulētu konkurenci un efektivitāti, un likvidēt šādu regulējumu, ja nav skaidru pierādījumu, kas liecinātu, ka tas ir vislabākais veids, kā aizstāvēt plašas sabiedrības intereses, [un].. periodiski izskatīt tos ekonomikas regulējuma aspektus, kuri ierobežo ieiešanu tirgū, tirgus pieejamību, iziešanu no tirgus, cenas, produkciju, ierasto komercdarbības praksi un uzņēmējdarbības formas, lai nodrošinātu to, ka ieguvumi no regulējuma ir lielāki par izmaksām un ka attiecīgā regulējuma mērķus vienlīdz lielā mērā nevar sasniegt ar alternatīviem risinājumiem, kuri mazāk ietekmētu konkurenci”.*

Lai arī uzmanību esam pievērsuši galvenokārt nepieciešamībai pārstrādāt noteikumus un normatīvos aktus un attiecīgajā gadījumā uzlabot to efektivitāti vai samazināt to ietekmi (vai pilnībā atcelt normatīvo aktu), ir svarīgi ņemt vērā, ka normatīvo aktu kvalitātes un efektivitātes uzlabošana un konkurences novērtējumu veikšana ne vienmēr nozīmē normatīvo aktu ietekmes samazināšanu vai normatīvo aktu atcelšanu. Kā minēts 4. nodaļā, risinot tādus jautājumus kā piegādātāja maiņas izmaksas, kuras ir noteikuši tirgū pārstāvētie uzņēmumi, 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 tirgū pārstāvēto uzņēmumu uzvedība. 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 likvidēt nepieciešamību pēc tradicionālajiem valsts (komandvadības) normatīvajiem aktiem, kas neapšaubāmi daudzējādā ziņā nāk par labu gan valstīm, gan tirgus dalībniekiem. Viens aspekts, kas ir radījis bažas, ir tāds, ka pašregulācijas mehānismi, kuri uzņēmumiem ļauj sadarboties atsevišķās jomās, var izraisīt to, ka šie uzņēmumi saskaņo savas darbības, tiem ir kartelim līdzīga uzvedība (piemēram, cenu saskaņošana) un rada šķēršļus jaunu uzņēmumu ienākšanai tirgū. Šīs bažas prasa lielāku modrību no amatpersonu un valdību puses un pat atsevišķu rūpīgi izstrādātu savstarpējā līdzsvara un atsvara sistēmu, lai iespējami samazinātu potenciālo nelabvēlīgo ietekmi.

Tātad, lai arī ir skaidri atzīts, ka normatīvie akti ir paredzēti svarīgu sociālo un ekonomisko mērķu sasniegšanai, konkurences novērtējumus var uzskatīt par vērtīgu ieguldījumu, lai atklātu potenciālo kaitējumu konkurencei, ko var radīt daži noteikumi un normatīvie akti, kurus pieņēmusi valsts vai noteikusi kāda profesionālā organizācija, un labumu, ko var sniegt konkurenci veicinošas reformas. Neapdraudot nepieciešamo sociālo un ekonomisko mērķu sasniegšanu, konkurences novērtējumos ir jāizstrādā regulatīvās alternatīvas atbilstoši konkurences maksimālas veicināšanas principam. Novērtējumu mērķis ir izcelt tādus alternatīvus risinājumus, ar kuriem vienlīdz lielā mērā ir iespējams sasniegt sociālos un ekonomiskos regulējuma mērķus ar mazāku nelabvēlīgu ietekmi uz konkurenci. Tā kā konkurences jomā ir ļoti sarežģīti kvantitatīvi aprēķināt izmaksas un ieguvumus, šā metodiskā līdzekļa pamatā ir pieņēmums, ka noteikumu un normatīvo aktu vērtēšanas process ietver atsevišķu konkurences pārbaudi. 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. nodaļa

### Jēdzieni un satvars konkurences novērtēšanai tirgos

Šā dokumenta galvenais mērķis ir piedāvāt satvaru tādu dažādu noteikumu un normatīvo aktu novērtēšanai, kurus valdības un profesionālās organizācijas pieņēmušas par ietekmi uz konkurenci tirgos. Šajā nodaļā ir aplūkoti daži pamatjēdzieni, 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 valstu konkurences uzraudzības iestādes rūpīgi pārbauda, ir, piemēram, uzņēmumu un profesionālo organizāciju mēģinājumi izveidot šķēršļus ienākšanai tirgū, palielināt izmaksas uzņēmumu konkurentiem un saskaņot savas cenu noteikšanas un ražošanas stratēģijas ar konkurentiem (nevis savstarpēji konkurēt). Ja konkurence samazinās tāpēc, ka netiek pārbaudītas zināma veida darbības, tad tas var izraisīt patēriņa cenu pieaugumu, preču daudzveidības samazinājumu, kvalitātes pasliktināšanos un inovāciju samazinājumu.

Kāpēc zināšanas par konkurences jomas jēdzieniem un satvaru ir noderīgas, lai plašāk izprastu normatīvo aktu vai valsts politikas pasākumu 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 izraisa neefektīvas tirgus darbības. Pastāv dažādi uzskati par to, kas to izraisa. Viens no uzskatiem ir tāds, ka normatīvo aktu neparedzētā ietekme parasti ir liela, kā dēļ var rasties arī negatīva ietekme uz konkurenci. Cits uzskats ir tāds, ka konkrētā tirgū tiesisku regulējumu pieprasa paši ražotāji. No ražotāju viedokļa raugoties, regulatīva kontrole, kas samazina jaunu tirgus dalībnieku vai pat tirgū pārstāvētu konkurentu konkurētspēju, ir ļoti vērtīga un tā tiks aktīvi aizstāvēta. Šā dokumenta 4. nodaļā ir sniegta sīka informācija par dažāda veida noteikumiem un 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 tāds, 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.

Pastāv viens darbības veids, kuru var uzskatīt par viskaitīgāko konkurencei – tā ir karteļu veidošana. Slepenās un saskaņotās uzvedības ietekmē karteļu dēļ notiek cenas paaugstināšanās, samazinās ražošanas apjomi un, iespējams, arī daudzveidība, kā arī inovācijas, kas liecina par labklājības līmeņa samazināšanos. Slepenas vienošanās lielākajā daļā valstu ir pretlikumīgas. Novērtējot normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci, slepenās darbības rada interesantu izaicinājumu. Piemēram, dažās nozarēs uzņēmumi sadarbojas standartu un savietojamības noteikumu izstrādē un arī pētniecības un attīstības pasākumos. Profesionālās organizācijas juridiskajās un medicīnas profesijās īsteno un uzrauga uzvedības kodeksus un darba kvalitāti. Dažu profesiju pārstāvjiem, kā arī 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, atļaujot atsevišķus sadarbības veidus, tiek gūts ievērojams labums, jo tādējādi var tikt uzlabota tirgus darbības efektivitāte un samazināta vajadzība pēc formāla regulējuma un ar to saistītās izmaksas. Tomēr tas var arī radīt uzņēmumiem auglīgu augsni dalībai slepenās darbībās, kas ir saistītas ar cenu noteikšanu un ražošanu. Šā dokumenta 4. nodaļā šie jautājumi ir apspriesti sīkāk papildus atsevišķām savstarpējā līdzsvara un atsvara sistēmām, kuras var ieviest, lai samazinātu nelabvēlīgu iznākumu.

Šīs nodaļas atlikusī daļa ir veltīta pamatjēdzieniem, kurus var izmantot konkurences novērtējumos. Dokumenta 4. un 5. nodaļā šie jēdzieni ir izmantoti tamdēļ, lai uzlabotu izpratni par noteikumu un normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci.

**1. Galvenie jēdzieni konkurences novērtēšanā**

###### 1.1. Tirgus vara

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

* + - Tirgū, kurā ir viens uzņēmums jeb monopols, konkurence nepastāv. Monopols var rasties daudzu iemeslu dēļ. Piemēram, farmācijas uzņēmums vienīgais ražo zāles, ar kurām ārstē konkrētu medicīnisku stāvokli, piemēram, “Genentech” jaunās patentētās mērķterapijas zāles “Avastin” plaušu vēža ārstēšanai. Tā kā farmaceitiskā monopola ražotajām zālēm nav līdzvērtīga aizvietotāja, 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 citas saimniecības produktiem. Katram tomātu audzētājam ir liela konkurence, tie nevar noteikt augstas cenas, un peļņa ir salīdzinoši maza.
		- Ir arī tādi tirgi, kuros ir tikai daži pārdevēji, piemēram, lielo komerciālo gaisa kuģu dzinēju tirgus, kurā savstarpēji konkurē “General Electric”, “Pratt & Whitney” un “Rolls Royce”. Šis nav monopols, kā tas bija farmaceitiskā uzņēmuma gadījumā, un tajā nav tik lielas konkurences kā tomātu audzētāju gadījumā. Šajā gadījumā vienam no šiem uzņēmumiem, piemēram, cenu noteikšanas vara un arī peļņa ir mazāka, nekā tā būtu tad, ja šis uzņēmums būtu monopoluzņēmums, jo tam ir jāsaskaras ar abu pārējo uzņēmumu radīto konkurenci. (Šajā piemērā nav apspriesti jautājumi, kas ir saistīti ar slepenu vienošanos tirgos ar nelielu uzņēmumu skaitu. Šādi jautājumi tiks apspriesti turpmāk šajā nodaļā.)

Šajos trīs piemēros atspoguļoti atšķirīgi konkurences līmeņi, kas nosaka to, cik augstas būs cenas (attiecībā pret izmaksām) un cik liela būs peļņa.

Vispārīgi runājot, **tirgus vara** ir uzņēmumu spēja pieprasīt cenas virs konkurences līmeņa un attiecīgi gūt ievērojamu peļņu (jeb peļņu, kas pārsniedz normālo ekonomisko peļņu). Iepriekš minētajos piemēros farmaceitiskajam monopoluzņēmumam ir liela tirgus vara, bet parastam tomātu audzētājam tā ir maza. Gaisa kuģu dzinēju ražotāju gadījumā tā ir vidēja. Tirgus vara var palielināties dažādu iemeslu dēļ, un tā var pastāvēt gan īsu, gan ilgu laika posmu. Nedaudz dziļāku ieskatu sniedz turpmāk izklāstītie piemēri. Visbeidzot, tirgus varas novērtēšanu veic konkrētajā tirgū (gan precēm, gan pakalpojumiem), kas tiek aplūkots.

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

Konkrētie tirgi var būt daudz šaurāki vai plašāki, nekā to paredzētu jēdziena “tirgus” parastais lietojums. Automobiļi īpašību ziņā ir ļoti atšķirīgi, kas liecina par to, ka konkrētais tirgus automobiļiem varētu nebūt tik plašs kā “visiem automobiļiem”. Patērētāji, kas vēlas iegādāties tādu luksusa klases sporta automobili kā “Ferarri”, parasti izvēlēsies nevis starp “Ferarri” un kādu mazu ekonomiskās klases automobili, bet gan starp vairākiem sporta automobiļiem. Citiem vārdiem sakot, patērētāji neuzskata, ka luksusa klases sporta automobili var līdzvērtīgi aizstāt ar mazu ekonomiskās klases automobili, un tie neatrastos vienā un tajā pašā attiecīgajā tirgū. Turpretī rīsi, kas audzēti blakus esošās saimniecībās, būtībā var būt identiski garšas un īpašību ziņā, līdz ar to patērētāji tos uzskatītu par līdzvērtīgiem aizstājējiem.

Kad konkrētais (vai skartais) tirgus ir precīzi noteikts, varam aplūkot mainīgos lielumus, kas raksturo šā tirgus struktūru. Piemēram:

* + - ***uzņēmumu skaits –*** kopumā, jo lielāks ir uzņēmumu skaits konkrētajā tirgū, jo mazāk raižu sagādā tirgus vara;
		- ***ražošanas koncentrācija –*** šis rādītājs parāda to, ciktāl ražošana ir koncentrēta 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 konkurencei, bet tas ir atkarīgs no tā, cik lieli ir šķēršļi ienākšanai tirgū (šis jautājums ir apspriests turpmāk), un, iespējams, no galvenā konkurences veida (piemēram, ja tiek izmantots vairāksolīšanas process ar skaidriem tehniskajiem kritērijiem, jaunu uzņēmumu ienākšana tirgū ir ļoti iespējama).

###### 1.2. Šķēršļi ienākšanai tirgū

Šķēršļi ienākšanai tirgū kopumā ir tie faktori, kas var kavēt jaunu uzņēmumu ienākšanu konkrētajā tirgū. Ir svarīgi novērtēt šo šķēršļu apmēru, jo šādā veidā var gūt priekšstatu par iespējamo konkurenci, ar kuru var nākties saskarties tirgū pārstāvētajiem dalībniekiem. Piemēram, ja šķēršļi ienākšanai tirgū ir lieli, tad pašreizējie tirgus dalībnieki var īstenot konkurenci kropļojošu uzvedību, 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 noteikumu un normatīvo aktu ietekmes uz konkurenci novērtēšanu šķēršļus ienākšanai tirgū var būt lietderīgi novērtēt turpmāk minētajā kontekstā. Pieņemot, ka regulējums samazina konkurenci tirgū, nelabvēlīgās ietekmes uz konkurenci kopējais apmērs būs atkarīgs no tā, cik lieli būs šķēršļi ienākšanai tirgū. Ja tie ir lieli, tad var teikt, ka jaunais normatīvais akts, kas paredz papildu ierobežojumus konkurencei, var būtiski kaitēt konkurencei. Ja šie šķēršļi ir mazi vai nelieli, tad kaitējums konkurencei var būt mazāks.

Šķēršļi ienākšanai tirgū var būt dažādi, un tie ir apspriesti turpmāk. (Šeit nav apspriestas ar katru šķērsli saistītās priekšrocības un trūkumi.)

* + - ***Dabiski šķēršļi.*** Šķēršļi ienākšanai tirgū var rasties dabisku faktoru dēļ, piemēram, apjomradītu ietaupījumu dēļ, kas rodas no augstām pastāvīgajām (vai pieskaitāmajām) izmaksām. Piemēram:
			* ūdens attīrīšanas iekārtām ir augstas pieskaitāmās izmaksas. Ņemot to vērā, konkrētā ģeogrāfiskā apgabalā parasti ir viena ūdens attīrīšanas iekārta;
			* augsto pētniecības, attīstības un pieskaitāmo izmaksu dēļ ir sarežģīti ienākt lielo komerciālo gaisa kuģu dzinēju ražošanas nozarē.
		- ***Ar zaudētajām izmaksām saistīti šķēršļi.*** Šķēršļi ienākšanai tirgū var pastāvēt tirgos, kuros ienākšana ir saistīta ar augstām zaudētajām izmaksām. Zaudētās izmaksas ir neatgūstamā izmaksu daļa, proti, izmaksas, kuras uzņēmums nespēs atgūt, ja pieņems lēmumu aiziet no attiecīgās nozares. Zaudētās izmaksas faktiski liecina par to, ka atsevišķi ieguldījumi ražošanā pēc būtības ir ļoti specializēti, tāpēc to alternatīvais izmantojums ir ierobežots. Šādas izmaksas tostarp var rasties tādu iemeslu dēļ kā zema iegādātā kapitāla tālākpārdošanas vērtība, lieli reklāmas izdevumi, lieli pētniecības un attīstības izdevumi un selektīvas subsīdijas zaudēto izmaksu atlīdzināšanai tikai atsevišķiem uzņēmumiem.[[3]](#footnote-3)1 Zaudētās izmaksas var rasties saistībā ar normatīvajiem aktiem, un turpmāk ir sniegti daži piemēri:
			* farmaceitisko 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;
			* normatīvo aktu 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 kļūtu par zaudētajām izmaksām, ja uzņēmumam tas neizdotos un ja tam šis tirgus būtu jāatstāj.
		- ***Šķēršļi, ko rada tirgū pārstāvēto uzņēmumu darbības.*** Tirgū pārstāvēto uzņēmumu darbības tirgū var nelabvēlīgi ietekmēt konkurenci. Piemēram:
			* uzņēmumi tādās nozarēs kā telesakari, elektroenerģija un dabasgāze 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 jaunpienācēji tirgū tiek nelabvēlīgi ietekmēti;
			* telesakaru uzņēmumi ASV ir agresīvi cīnījušies par to, lai ierobežotu/liegtu konkurentiem piekļuvi saviem tīkliem;
			* zāļu ražošanas nozarē uzņēmumi bieži agresīvā veidā cenšas panākt patentu “pagarināšanu” un iesaistīt iespējamos ražotājus dārgos tiesu procesos, lai traucētu to ienākšanai tirgū;
			* 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 muitošanu, šķirošanu un piegādi uz privāto pārvadātāju rēķina.[[4]](#footnote-4)2
		- ***Regulējuma radīti šķēršļi****.* Šķēršļus ienākšanai tirgū var radīt arī valsts un profesionālo organizāciju pieņemts regulējums. Piemēram:
			* 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 sniedz 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;
			* subsīdijas bieži vien tiek piešķirtas vienam vai vairākiem (taču ne visiem) ražotājiem, savukārt noteiktiem ražotājiem vai potenciālajiem jaunpienācējiem šāds atbalsts nav pieejams.

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

###### 1.3. Jaunu uzņēmumu ienākšana

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

Ja ienākšana tirgū jaunajiem uzņēmumiem ir salīdzinoši viegla, tad pašreizējiem tirgus dalībniekiem būs mazāk iespēju izmantot 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 saistīti šķēršļi, kā arī šķēršļi, kurus ir radījuši tirgū pārstāvētie uzņēmumi. Iespējas jauniem uzņēmumiem ienākt tirgū ir mazākas, ja šie šķēršļi ir lieli. Piemēram, ir mazāk iespēju ienākt:

* + - farmaceitisko līdzekļu tirgū pētniecības un attīstības un regulatīvo apstiprinājumu 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 jaunpienācējiem nav pieejams tirgū pārstāvēta uzņēmuma tīkls.

Papildu problēmas ir saistītas ar laiku, kad notiek ienākšana. Galvenā problēma ir saistīta ar to, vai jauno uzņēmumu ienākšana tirgū var notikt pieņemamā laika posmā. Ienākt tirgū īsā laika posmā ir mazāk iespēju:

* + - ārstu tirgū, jo ir jāizpilda izglītības un sertifikācijas prasības;
		- 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 nelielas;
		- mēbeļu ražošanas nozarē, jo nav regulatīvo šķēršļu un pieskaitāmās izmaksas un pētniecības un attīstības izmaksas ir nelielas.

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: 1) ja jauni normatīvie akti vides jomā rada būtiskas izmaksas uzņēmumiem un ir paredzēti ievērojami izņēmuma noteikumi, kas ir izdevīgi tirgū pārstāvētajiem uzņēmumiem, tad tam var būt ļoti nelabvēlīga ietekme uz jaunu uzņēmumu ienākšanu tirgū; 2) vairākās valstīs izņēmuma noteikumi ir paredzēti attiecībā uz nolaišanās vietu sadali starp aviosabiedrībām. Tas neveicina ienākšanu tirgū, jo jaunajām aviosabiedrībām ir sarežģīti konkurēt ar tirgū esošajiem pārvadātājiem.

###### 1.4. Uzņēmumu iziešana no tirgus

Ja efektīvi uzņēmumi iziet no tirgus, var palielināties tirgū pārstāvēto uzņēmumu tirgus vara, kas var izraisīt cenu paaugstināšanos. Uzņēmumi var būt spiesti iziet no tirgus dažādu iemeslu dēļ. Piemēram:

* + - pieņemsim, ka saskaņā ar jaunu regulējumu tirgū pārstāvētajiem uzņēmumiem ir noteikts piecu gadu termiņš, kurā tiem ir jāizpilda jaunie vides piesārņojuma standarti. Uzņēmumiem, kuri neveic lielus ieguldījumus, visticamāk, nāksies aiziet tirgus. Lai arī iziešana var būt vēlamais rezultāts, šādu iejaukšanās pasākumu novērtēšanā ir jāapsver ietekme uz konkurenci;
		- 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;
		- tas, ka dominējošajiem tirgū pārstāvētajiem uzņēmumiem tādās nozarēs kā dabasgāzes, elektroenerģijas un telesakaru nozare ļauj noteikt patērētājiem ievērojamas piegādātāja maiņas izmaksas, var izraisīt jaunizveidotu uzņēmumu iziešanu no tirgus.

No otras puses, neefektīvu uzņēmumu iziešana no tirgus atbrīvo telpu efektīvāku uzņēmumu attīstībai un izaugsmei. Dažkārt subsīdijas var kavēt šādu neefektīvu uzņēmumu iziešanu no tirgus, kas vairotu labklājību.

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.

###### 1.5. Inovācija un efektivitāte

Uzņēmumu inovācijai var būt labvēlīga ietekme, piemēram:

* + - procesu inovācijas dēļ uzlabojas ražošanas efektivitāte, kas samazina uzņēmuma izmaksas un līdz ar to arī cenas patērētājiem;
		- uzlabota produktu kvalitāte;
		- palielinās preču daudzveidība;
		- uzlabota produktu drošība.

Konkurences politikā ir rūpīgi ņemta vērā inovāciju nozīme attiecībā uz tirgus dinamikas saglabāšanu, tāpēc uzņēmumu inovatīvā darbība netiek kavēta. Tādējādi šī joma ir īpaši svarīga saistībā ar valdības pieņemtā tiesiskā regulējuma ietekmi uz konkurenci. Ja tiesiskais regulējums pēc būtības ir pārlieku regulējošs (t. i., uzņēmumiem tiek norādīts, kas tiem ir jādara, nevis norādīts rezultāts, kas ir jāsasniedz), 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 atsver tirgus varu, tad uzņēmuma rīcību var uzskatīt par labvēlīgu. Turpmāk ir sniegti daži piemēri.

* + - Atļaut veidot pētniecības kopuzņēmumus konkurentu starpā. Piemēram, “SEMATECH Consortia”, kura dalībnieki ir “AMD”, “Freescale”, “Hewlett-Packard”, “IBM”, “Infineon”, “Intel”, “Panasonic”, “Philips”, “Samsung”, “Spansion”, “TSMC” un “Texas Instruments”. Šī konsorcija mērķis ir attīstīt pusvadītāju tehnoloģiju un integrālo shēmu darbību. Konkurences uzraudzības iestādes atzina, ka šāda sadarbība var izraisīt informācijas apmaiņu un cenu un ražošanas saskaņošanu, bet tās ņēma vērā arī to, ka, pareizi strukturējot šādu uzņēmējdarbību, paredzamie ieguvumi sabiedrībai no inovācijas pieauguma, ko šāda uzņēmējdarbība sniedz, varētu būt daudz lielāki nekā iespējamā nelabvēlīgā ietekme. Līdzīgi piemēri ir tad, ja komercsabiedrībām ir atļauts sadarboties, lai noteiktu produkta dizaina un saderības standartus.
		- Atļaut uzņēmumiem veikt ieguldījumus vai organizatoriskas izmaiņas vai piedāvāt jaunus produktus un pakalpojumus, kas ļautu komercsabiedrībām 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 tiek sniegta iespēja gūt apjomradītus ietaupījumus un samazināt pakalpojumu sniegšanas vienības pašizmaksu;
			* *diversifikācijas radītus ietaupījumus* – ja vienam uzņēmumam ir lētāk ražot dažādus produktus vai sniegt dažādus pakalpojumus pretstatā situācijai, kad produktus ražo atsevišķi specializēti uzņēmumi. Piemēram, no izmaksu efektivitātes viedokļa būtu 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 jāsaglabā šķīrums starp aptiekām un pārtikas preču veikaliem.

Novērtējot uzņēmumu rīcības un regulējuma ietekmi uz konkurenci, ir rūpīgi jānovērtē ietekme uz inovāciju, jo tā var sniegt būtisku labumu.

###### 1.6. Konkurentu izmaksu palielināšana

Ja uzņēmums var palielināt savu konkurentu izmaksas, tas var samazināt konkurenci tirgū un gūt lielāku peļņu. Konkurentu izmaksu palielināšanai attiecībā pret komercsabiedrības izmaksām var izmantot dažādas stratēģijas. Piemēram:

* + - tirgū esošie telesakaru uzņēmumi cenšas nepieļaut to, lai konkurenti (viegli) iegūtu piekļuvi to tīklam; tas ietekmē gan interneta pakalpojumu, gan tālruņu tirgu. Līdzīgu uzvedību 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 jauniem standartiem ir jāatbilst uzreiz. Tas var radīt ievērojamas izmaksu atšķirības starp pašreizējiem tirgus dalībniekiem un tirgus jaunpienācējiem, tādējādi būtiski kaitējot konkurencei;
		- komercsabiedrība var veidot savus produkta vai pakalpojumu līgumus tā, lai patērētāji nevarētu viegli pārorientēties uz konkurenta produktu. Šādi ierobežojoši līgumi, kas noslēgti uz konkrētu laika posmu, ir izmantoti tādās nozarēs kā telesakari, dabas gāze, elektroenerģija un banku pakalpojumi;
		- farmaceitisko līdzekļu ražotāji aktīvi cenšas iegūt patentu termiņu pagarinājumus, un viens no šādas uzvedības mērķiem varētu būt papildu (tiesāšanās vai citu) izmaksu radīšana konkurentiem (vispārējiem ražotājiem), lai aizkavētu to ienākšanu tirgū;
		- komercsabiedrība var lūgt īpašu subsīdiju, kas nav pieejama tās konkurentiem.

Tā kā viens no mērķiem, kāpēc uzņēmumiem ir šāda uzvedība, 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 uzvedības izskaidrojumi un jāatlasa nevēlamie, pret konkurenci vērstie aspekti.

#### 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 satvaru, ko izmanto konkurences politikā, lai novērtētu jautājumus, kas ir saistīti ar uzņēmumu uzvedību, 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:

* vairāki no iepriekš aprakstītajiem jēdzieniem (piemēram, tie, kas ir saistīti ar tirgus noteikšanu, piegādātāja maiņas izmaksām, šķēršļiem ienākšanai tirgū, ietekmi uz efektivitāti un konkurentu izmaksu palielināšanu) sniedz vērtīgu ieskatu par dažādu regulējuma veidu nelabvēlīgo ietekmi uz konkurenci, ko mēs apspriedīsim 4. nodaļā;
* iepriekš aprakstīto konkurences novērtēšanas sistēmu var izmantot, lai loģiski soli pa solim novērtētu normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci. Šie novērtēšanas soļi ir izklāstīti 5. un 6. nodaļā, un tajos tiek noskaidrota iespējamā ietekme attiecīgajā tirgū un arī to uzņēmumu veidi, kurus šī ietekme var skart.

# 4. nodaļa

### Regulatīvi pasākumi

Ir alternatīvie izskaidrojumi tam, kāpēc valdības iejaucas tirgū. Viens no tiem ir tāds, ka daudzās nozarēs pastāv tirgus nepilnības un to novēršanai ir paredzēti dažādi noteikumi un normatīvie akti.[[5]](#footnote-5)1 Kā norādījis Makavojs [*MacAvoy*] (1992), regulējuma pamatā parasti ir vislabākie ekonomiskie un sociālie nodomi, peļņas un cenu kontroles pasākumus veidojot ar mērķi aizsargāt patērētājus no monopolvaras un pieņemot darba drošības noteikumus un normatīvās prasības attiecībā uz emisijām, lai aizsargātu veselību un personas, kas dzīvo attiecīgo ražotņu tuvumā. Turpmāk aprakstītas dažas regulējuma jomas.

* + Dabiskais monopols var rasties tādās nozarēs kā elektroenerģijas nozare un ūdensapgāde, dzelzceļa satiksme, telesakari, pasta pakalpojumi, 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 monopolistiem ļautu noteikt cenas par savu produkciju, tad tās būtu pārmērīgi augstas. Viens risinājums ir atļaut monopolistam darboties tirgū, bet regulēt cenas, lai garantētu patērētājiem taisnīgas cenas. Papildus apjomradītiem ietaupījumiem vispārējo pakalpojumu sniegšana bija vēl viens arguments par labu tiesiskajiem monopoliem šajās nozarēs. Mainoties tirgus apstākļiem, tehnoloģijai un citiem faktoriem, daudzās valstīs ir atcelti ierobežojumi dažās no šīm nozarēm. Sīkāk izstrādāts regulatīvais mehānisms sniedz 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.
	+ Tostarp tādas nozares kā elektroenerģijas nozare, ķīmiskā rūpniecība, celulozes un papīra ražošana, naftas pārstrāde savā parastajā ražošanas procesā var radīt ievērojamu vides piesārņojumu. Ja tas netiktu kontrolēts, daudzās nozarēs tiktu radīts piesārņojums virs sociāli pieņemamajiem līmeņiem un nozares nebūtu stimulētas veikt attīrīšanas pasākumus augsto izmaksu dēļ. Valdības iejaucas, lai kontrolētu piesārņojuma radītās negatīvās sekas. Ir ieviesti nodokļi un kvotas, kā arī ir piedāvāti aizdevumi investīcijām, lai uzņēmumi varētu ieviest jaunākas tehnoloģijas, kas rada mazāku piesārņojumu.
	+ Farmācijas nozarē valstis ir ieviesušas regulatīvus apstiprinājumus un uzraudzības mehānismus jaunu zāļu apstiprināšanai un tirgū esošo zāļu iespējamās nelabvēlīgās ietekmes uzraudzīšanai. Kā norādīts ESAO (2000) ziņojumā, zāļu drošuma un kvalitātes kontrole ir galvenais iemesls.
	+ Normatīvie akti tiek pieņemti rūpnieciskās drošības jomā. Viens no šo normatīvo aktu pieņemšanas iemesliem ir nāves vai nopietnu miesas bojājumu riska samazināšana. Līdzīgi arī automobiļu drošības noteikumu mērķis ir nodrošināt automobiļu vadītāju (un gājēju) drošību un samazināt nelaimes gadījumos gūto smago miesas bojājumu un bojā gājušo skaitu.
	+ Tiek regulēti arī vairāki banku nozares un finanšu tirgus aspekti. Divi galvenie mērķi ir finanšu tirgus stabilitātes nodrošināšana un patērētāju ieguldījumu un finanšu līdzekļu aizsardzība.

Vispārīgi runājot, regulēšana parasti notiek, izmantojot noteikumu kopumu, ko administrē valdība, lai ietekmētu uzņēmumu uzvedību un tādējādi arī ekonomisko aktivitāti. Šajā dokumentā uzmanība būs pievērsta atsevišķiem regulēšanas līdzekļiem, tostarp tiem, kas minēti turpmāk.

* + ***Ieiešana tirgū –*** piemēram, daudzās valstīs ir noteikti ierobežojumi attiecībā uz aptieku un mazumtirdzniecības veikalu skaitu ģeogrāfiskā apgabalā. Nereti tiek regulēts arī taksometru skaits pilsētā. Tādās nozarēs kā elektroenerģija, telesakari un banku darbība regulējums ir liedzis jauniem uzņēmumiem ienākt tirgos. Attiecībā uz tādām profesijām kā ārsti, juristi, arhitekti ir noteikti daudzi noteikumi un ierobežojumi, kas novērš vai daudzējādā ziņā kavē profesionāļu plūsmu starp reģioniem.
	+ ***Daudzums* –** piemēram, daudzās valstīs tiek regulēts nozvejas daudzums, aizliegta alkohola tirdzniecība svētdienās un noteiktās teritorijās tiek regulēts (komerciālās) apbūves apjoms. 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, kas ir saistīti ar ražošanas kvotām un apstādāmās platības ierobežojumiem.[[6]](#footnote-6)2
	+ ***Standarti* –** Valdības daudzās valstīs nosaka medicīnas instrumentu un zāļu drošības standartus, būvnormatīvus, veselības aizsardzības un darba drošības standartus, automobiļu drošības standartus, vides standartus un darba standartus. Regulēšana notiek arī citās jomās, piemēram, tiek reglamentēts saturs un valoda dažādos plašsaziņas līdzekļos.
	+ ***Cena* –** tostarp tādās nozarēs kā elektroenerģija, dabas gāze, aviopārvadājumi, telesakari un pasta pakalpojumi tiek piemēroti cenu regulēšanas noteikumi.

Normatīvo aktu nepieciešamību var pamatot ar daudziem sociāliem un ekonomiskiem iemesliem, taču daži valsts noteikumi, normatīvie akti un ierobežojumi, kas tiek piemēroti attiecībā uz profesionālajām organizācijām, var nelabvēlīgi ietekmēt konkurenci tirgos.

* + - Lobēšanas rezultātā pašreizējie tirgus dalībnieki un nozares organizācijas var panākt būtisku izņēmuma noteikumu piemērošanu un cita veida regulēšanu vides jomā; tas var radīt nelabvēlīgu situāciju jaunajiem tirgus dalībniekiem izmaksu ziņā salīdzinājumā ar tirgū esošajiem uzņēmumiem, kā arī var ietekmēt ienākšanu tirgū un konkurenci tirgū.
		- Piemēram, stingri normatīvie akti par mazumtirdzniecības veikalu un aptieku skaitu var ierobežot konkurenci, palielināt cenas un samazināt piedāvāto pakalpojumu daudzveidību un kvalitāti.
		- “Pārmērīgi augsti” obligātie kvalitātes standarti var mazināt patērētājiem pieejamo daudzveidību un paaugstināt cenas.
		- Profesionālo organizāciju, piemēram, juristu, medicīnas darbinieku un veterinārārstu organizāciju, noteiktie reklāmas ierobežojumi, visticamāk, nelabvēlīgi ietekmēs konkurenci un piedāvāto pakalpojumu daudzveidību.
		- Visbeidzot, normatīvie akti par preču un pakalpojumu plūsmu starp vienas valsts reģioniem bieži nav pietiekami pamatoti, un šādi ierobežojumi ģeogrāfiski atdala tirgus, kas var izraisīt cenu paaugstināšanos.

Lai pilnībā izprastu dažādu noteikumu un normatīvo aktu veidu potenciālo ietekmi uz konkurenci, turpmāk šajā nodaļā ir apspriesti šie noteikumi un normatīvie akti, kas ir iedalīti četrās plašās kategorijās:

* + - ierobežo piegādātāju skaitu vai loku;
		- ierobežo piegādātāju konkurētspēju;
		- samazina piegādātājam stimulu konkurēt;
		- ierobežo patērētājiem pieejamās izvēles iespējas un informāciju.

Katrā kategorijā ir aprakstīta normatīvo aktu pamatā esošā motivācija un iespējamās konkurences problēmas, kas varētu rasties to dēļ. Sniegti vairāki piemēri par dažādiem tirgiem, nozarēm un valstīm.[[7]](#footnote-7)3

Viens mehānisms, kuru ir vērts iepriekš pieminēt, ir pašregulācija un kopregulācija. Kā norādīts šīs nodaļas 3.1. punktā, dažām profesijām un dažiem preču ražotājiem un pakalpojumu sniedzējiem tiek dotas pašregulācijas jeb kopregulācijas tiesības. Šādiem mehānismiem ir vairākas potenciālas priekšrocības, piemēram, uzlabota koordinācija starp tirgus dalībniekiem par tādu standartu noteikšanu, kas tostarp ir saistīti ar produktu saderību, kvalitāti un drošību. Pieņemot netiešākus un mazāku slogu radošus normatīvos aktus, tirgū notiek uzplaukums. Tomēr bažas rada tas, ka, pastiprinoties uzņēmumu koordinācijai, var rasties labvēlīga augsne slepenu vienošanos stratēģiju īstenošanai cenu un daudzuma noteikšanas jomā un pat tādu standartu noteikšanai, kuri apgrūtina ieiešanu tirgū. Ja šie jautājumi netiek kontrolēti, var ievērojami samazināties patērētāju labklājība un tirgus inovācija. Lai gan pašregulācija un kopregulācija ir apspriesta trešajā kategorijā (“Samazina piegādātājam stimulu konkurēt”), tomēr tā var būt izskatīta arī pirmajās divās kategorijās, ņemot vērā diezgan plašo problemātisko jautājumu loku, kas pastāv šajā mehānismā. Kā piemēru var minēt situāciju, kad nozares grupa, kurai ir piešķirtas pašregulācijas tiesības, nolemj radīt šķēršļus ienākšanai tirgū, lai aizsargātu tirgū pārstāvēto uzņēmumu grupas peļņas normu (skat. 9. ierāmējuma C2. punktu). Iespējams, dažas no šīm bažām par ietekmi uz konkurenci var apspriest arī pirmajās divās kategorijās. 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 informācijas ierāmējumos sniegtie piemēri norāda uz jomām, kurās būtu vai būtu bijis lietderīgi sīkāk izpētīt un izskatīt konkurences problēmjautājumus, nevis uz jomām, kurās ir īstenoti neatbilstoši valsts pasākumi.

**1. Noteikumi un normatīvie akti, kas ierobežo piegādātāju skaitu vai loku**

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

* + būtiski pieaug izmaksas, kas piegādātājam rodas, ienākot tirgū vai izejot no tā;
	+ kādam uzņēmumam tiek piešķirtas ekskluzīvas tiesības piegādāt noteiktu preci vai sniegt noteiktu pakalpojumu;
	+ nosaka licencēšanas, atļauju izsniegšanas vai apstiprināšanas procesu kādarbības veikšanas nosacījumu;
	+ 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 gadījumos, kad var tikt ietekmēti vairāki piegādātāji vai noteikts piegādātāju loks/veids, ir lietderīgi rūpīgi izvērtēt ierosinātā normatīvā akta priekšrocības un izmaksas, kā arī iespējamo konkurences samazināšanos. Turpmāk ir sīkāk apspriestas divas plašas jomas, kurās ir rūpīgi jāizvērtē ietekme uz konkurenci.

###### 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 uzvedību. 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 pamatojums tostarp tiek norādīts pilsētu pārapdzīvotības kontrole un privātīpašuma vērtības aizsardzība.

Lai izprastu ietekmi uz ienākšanu tirgū, ir svarīgi atpazīt dažādus jauno tirgus dalībnieku veidus. Noderīgu jauno tirgus dalībnieku klasifikāciju apstrādes rūpniecības nozarē ir sniedzis Danne [*Dunne*], Robertss [*Roberts*] un Semjuelsons [*Samuelson*] (1988, 504. lpp.), un viņu izmantotais satvars ir pielāgots apspriešanai šajā dokumentā. Pastāv trīs plaši jauno tirgus dalībnieku veidi.

1. Jauns uzņēmums, kas ienāk apstrādes rūpniecības nozares (vai attiecīgi pakalpojumu nozares) tirgū, uzbūvējot jaunu rūpnīcu (ražotni). Piemēram, jauns darbarīku ražošanas uzņēmums, ko izveidojuši uzņēmēji bez iepriekšējās pieredzes uzņēmējdarbībā. Revolūcija informācijas tehnoloģijas nozarē un aktivitātes palielināšanās biotehnoloģijas un nanotehnoloģijas jomā ir palielinājusi tirgū tādu jaunu uzņēmumu skaitu, kam nav iepriekšējas uzņēmējdarbības pieredzes ne šajās, ne arī citās nozarēs. Šajā kategorijā varētu iedalīt arī advokātu birojus, kurus izveidojuši mācību iestādes absolventi.

2. Uzņēmumi, kas paplašina savu darbību un ienāk tirgū, uzbūvējot jaunu ražotni. Piemēram, tāds 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 ievērojamas 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 (skat. Fazari [*Fazzari*], Hubards [*Hubbard*] un Petersens [*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, piemēram, bankām aizdevuma izsniegšanai parasti ir vajadzīga ķīla un kredītvēsture, un šajā ziņā 1. veida jaunie tirgus dalībnieki parasti ir neizdevīgākā situācijā. 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;
* *m****ācīšanās –***parasti iepriekšēja uzņēmējdarbības pieredze ļauj uzņēmējiem mācīties no pagātnes pieredzes un tostarp sniedz zināšanas par tirgiem un regulatīvajiem šķēršļiem. Paredzams, ka 2. un 3. veida jaunajiem tirgus dalībniekiem būs priekšrocības šajā ziņā.

Izmantojot datus, ko izklāsta Danne [*Dunne*], Samjelsons [*Samuelson*] un Robertss [*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 cieš neveiksmi un iziet no attiecīgās nozares piecu gadu laikā;
* 1. veida jaunie tirgus dalībnieki (jaunie uzņēmumi ar jaunām ražotnēm) cieš neveiksmi 78 reizes biežāk nekā 2. veida jaunie tirgus dalībnieki (uzņēmumi, kas paplašina darbību, uzbūvējot jaunu ražotni).

Kā apraksta Keivss [*Caves*] (1998) un Satons [*Sutton*] (1997), šie rādītāji atbilst vispārējiem rādītājiem, un pētnieki šādus rādītājus ir ieguvuši vairakkārt, izmantojot datus no dažādām nozarēm dažādās valstīs. Viens no secinājumiem šajā saistībā ir tāds, ka 1. veida jaunie tirgus dalībnieki sastopas ar neproporcionāli lielākiem šķēršļiem un izmaksām. Tas nepārprotami liecina par to, ka normatīvajiem aktiem, kas paredz šķēršļus ienākšanai tirgū, ir daudz lielāka nelabvēlīga ietekme uz 1. veida jauniem tirgus dalībniekiem. To pašu var teikt par šķēršļiem, kas apgrūtina iziešanu no tirgus. Ja pastāv risks, ka jauno tirgus dalībnieku darbība tirgū nebūs sekmīga, tad augstas iziešanas izmaksas darbosies kā papildu ieiešanas šķērslis un atturēs no ieiešanas tirgū.

Dažādi valdības un profesionālo organizāciju pieņemtie normatīvie akti ierobežo ienākšanu tirgū. Normatīvie akti var būt dažādi, piemēram, tieši ierobežojumi ienākt tirgū, bet 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. Šis noteikums paredz, ka tad, ja iedzīvotāju skaits nepārsniedz, piemēram, 5000 personas, jaunu aptieku atvēršana netiek atļauta. (Apvienotās Karalistes Godīgas tirdzniecības biroja (2003) dokumentā ir sniegta noderīga informācija par konkurenci un regulatīvajām problēmām farmācijas tirgū);
	+ saskaņā ar senāku ASV un ES aviosabiedrību nolīgumu aviosabiedrība no Eiropas drīkstēja piedāvāt lidojumus uz Amerikas Savienotajām Valstīm tikai no savas mītnes valsts pilsētām. Šis ierobežojums mazināja konkurenci ASV un ES aviosabiedrību tirgū. (Daudzi noteikumi tika atcelti ar jaunu nolīgumu.)
* 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 (pieņemamus) pakalpojumus (piemēram, interneta un telefona pakalpojumus) un radīt konkurenci. Līdzīgas problēmas rodas 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 pieejas 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 (juristu, grāmatvežu vai medicīnas darbinieku organizāciju) pieņemtie kvalitātes standarti, sertifikācijas noteikumi u. c. prasības;
	+ ienākšanu tirgū var kavēt ievērojami administratīvie un birokrātiskie šķēršļi (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** |
| Laiks un nauda, kas ir vajadzīga birokrātisko šķēršļu pārvarēšanai, uzsākot uzņēmējdarbību, dažādās valstīs var būt ļoti atšķirīga. Saskaņā ar datiem, ko izklāsta Djankovs [*Djankov*], Laporta [*La Porta*], Lopezs de Silanes [*Lopez-de-Silanes*] un Šleifers [*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 nekā 300 % Tanzānijā, Bolīvijā un Dominikānas Republikā. Lielas nepieciešamā laika (un izmaksu) atšķirības pastāv arī starp attīstītajām valstīm, piemēram, Amerikas Savienotajās Valstīs ir nepieciešamas 4 dienas (0,5 % no IKP uz vienu iedzīvotāju), Vācijā – 42 dienas (un 32 %), bet Austrālijā – 2 dienas (un 2 %). Ievērojamās atļaujas saņemšanai nepieciešamā laika un saistīto izmaksu atšķirības liecina par to, ka, visticamāk, ievērojami atšķiras arī jaunajiem tirgus dalībniekiem noteiktie ieiešanas šķēršļi. Lai samazinātu šķēršļus jauniem tirgus dalībniekiem un veicinātu izaugsmi un inovāciju, obligāti ir jāveic administratīva reforma saistībā ar procedūrām par ienākšanu tirgū.Dažās valstīs ir pieņemti normatīvie akti par aptiekām, un tiem var būt dažādas formas.* Noteikumi, kas ierobežo aptieku skaitu noteiktā ģeogrāfiskā apgabalā vai uz noteiktu iedzīvotāju skaitu. Piemēram, Ungārijā šis slieksnis ir aptuveni 5000 iedzīvotāju.
* Noteikumi par tiešu ienākšanu tirgū, kā norādīts Apvienotās Karalistes Godīgas tirdzniecības biroja (GTB) (2003b) 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.

Lai arī viens no aptieku atrašanās vietu regulējuma pamatojumiem ir vispārējo pakalpojumu sniegšana, šādi ierobežojumi var nelabvēlīgi ietekmēt konkurenci. Pat tādos 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 Apvienotās Karalistes GTB (2003) ziņojumā, atceļot ierobežojumus attiecībā uz ieiešanu vietējā aptieku tirgū, patērētājiem tiktu sniegtas lielākas izvēles iespējas, ieguvumi no lielākas konkurences un uzlabota piekļuve aptieku pakalpojumiem.Austrālijā ar 1998. gada likumu par pāreju uz digitālo apraidi tika aizliegta jaunu komerciālo raidorganizāciju ienākšana tirgū līdz 2006. gadam. Šāda lēmuma mērķis bija veicināt tirgū esošās komerciālās raidorganizācijas pāriet no analogās apraides uz digitālās televīzijas apraidi.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, tādējādi, iespējams, paaugstinot cenas un samazinot piedāvāto pakalpojumu daudzveidību.ASV Valdības budžeta kontroles dienesta ziņojumā (2004) ir minēts, ka saskaņā ar jauno “Atvērto debesu nolīgumu” to aviosabiedrību skaits, kuras varēs darboties, tiks ierobežots ļoti nedaudz vai netiks ierobežots vispār un nebūs nekādu ierobežojumu attiecībā uz to, kuros tirgos aviosabiedrības drīkst darboties. 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, un līdzīgi nosacījumi bija noteikti ASV aviosabiedrībām. Jaunajā “Atvērto debesu nolīgumā” šķēršļi ienākšanai tirgū ir samazināti.Kā norāda Terciks [*Terzic*], Vurms [*Wurm*] un Dītrihs [*Dietrich*] (2000), 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.Tiesību akti, kas ietekmē ienākšanu tirgū, potenciāli samazinot konkurenci un negatīvi ietekmējot inovāciju un mazumtirdzniecības nozares izaugsmi, ir sastopami daudzās valstīs. Piemēram:* Bertrands [*Bertrand*] un Kramarcs [*Kramarz*] (2002) norāda, ka noteikumi par lielu mazumtirdzniecības veikalu izveidi un paplašināšanu ir radījuši šķēršļus ienākšanai tirgū, kas ir ietekmējis Francijas mazumtirdzniecības nozares pieaugumu un samazinājis nodarbinātības pieaugumu.
* Daudzās Eiropas valstīs (Itālijā, Spānijā, Nīderlandē, Francijā u. c.) ir ierobežots mazumtirdzniecības veikalu darba laiks. Tiesību akti par nodokļiem un plānošanu ir izstrādāti, lai aizsargātu mazus ģimenes veikaliņus. 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 normatīvo aktu radītās problēmas ir apspriestas 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*]. Ierobežojumi tika samazināti trīs pārskatīšanas reizēs 20. gadsimta 90. gados. Pieteikumu skaits lielu veikalu atvēršanai strauji pieauga no 794 pieteikumiem 1989. gadā līdz 1667 pieteikumiem 1990. gadā, lielāko skaitu sasniedzot 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.ASV Federālā sakaru komisija (FSK) 2005. gada augustā nolēma atcelt noteikumus, kuros bija paredzēts, ka tirgū esošajiem telesakaru nodrošinātājiem, piemēram, reģionālajiem “Bell” uzņēmumiem, ir jānodrošina konkurentiem pieeja ciparu abonentlīnijām (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 ļaut 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 paaugstināsies cenas.Portugālē atļauju sniegt tālsatiksmes pasažieru autopārvadājumu pakalpojumus (kas valsts normatīvajos aktos dēvēti par “eksprespārvadājumiem”) var izsniegt tikai tirgū pārstāvētiem uzņēmumiem. Turklāt tālsatiksmes autobusu operatori nevar brīvi izvēlēties savus jaunos kustības maršrutus – vismaz daļa no visiem kustības maršrutiem un galapunktiem ir noteikta tālsatiksmes pasažieru autopārvadājumu noteikumos. Prasība, ka operatoram jau ir jādarbojas, būtiski ierobežo ienākšanu tirgū. Turklāt, nosakot kustības maršrutus un ierobežojot operatorus, samazinās pieejamo maršrutu skaits, pārvadājumu biežums un inovācijas stimuli, līdz ar to patērētājiem var paaugstināties biļešu cenas, kas samazina labklājību. Starptautiskie salīdzinājumi, kas veikti, pamatojoties uz vairākiem *ex-post* pētījumiem par tālsatiksmes pasažieru autopārvadājumiem, ir parādījuši, ka liberālāka sistēma sekmē cenu konkurenci un produktu diferenciāciju (vairāk maršrutu, pieturu un operatoru), tādējādi veicinot patērētāju labklājības pieaugumu. Konkurences novērtējumā, ko ESAO veica 2018. gadā, ESAO ieteica pilnībā liberalizēt piekļuvi tālsatiksmes pasažieru autopārvadājumu tirgum (pārvadājumiem attālumā, kas pārsniedz 50 km). Likums Nr. 52/2015 paredz šādu liberalizāciju, taču nav pieņemti nepieciešamie sekundārie normatīvie akti. Ieteikumā ierosināts, ka jebkurai jaunai sistēmai, kas tiek ieviesta, jāļauj operatoriem brīvi izlemt savu uzņēmējdarbības stratēģiju un noteikt sava piedāvājuma optimālos komponentus. |

Lai arī daudzos gadījumos sākotnēji normatīvos aktus ir iespējams pamatot ar saprātīgām sabiedrības interesēm, ir svarīgi ņemt vērā, ka tie var nelabvēlīgi ietekmēt patērētāju labklājību un aizkavēt ilgtermiņa izaugsmi un tirgu 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, reglamentējošām institūcijām ir rūpīgi jāpārskata normatīvie akti, kuri tieši vai netieši ierobežo ienākšanu tirgū.

###### 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 tostarp var tikt noslēgti aizsardzības jomā, kā arī saistībā ar ieguldījumiem.

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 sīkas izstrādātas regulatīvas 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 vai peļņas normu.

Patentu piešķiršanai ir skaidrs pamatojums, bet viens no jautājumiem, kas izraisījis ievērojamas diskusijas un bažas, ir saistīts ar patenta termiņu “pagarināšanu”. Piemēram, farmācijas uzņēmumi agresīvi cenšas panākt patentu termiņu pagarināšanu. Patenta tiesību aizsardzības termiņa pagarināšanai var būt ievērojami trūkumi:

* tiek pagarināts laiks, kurā patērētāji maksās augstāku cenu;
* patentu īpašnieki, agresīvi cenšoties panākt termiņa pagarinājumu, var radīt ļoti lielas izmaksas (piemēram, tiesāšanās izmaksas) iespējamiem tirgus jaunpienācējiem, piemēram, vispārējiem zāļu ražotājiem, kas 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 tādi būtiski trūkumi 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 vislabāk ir vērtēt individuāli. Iepriekš minētajā cieto atkritumu apglabāšanas piemērā valstis arvien labāk saprot, ka šajos tirgos var atļaut konkurenci ar labvēlīgu ietekmi (skat. ESAO (2000) ziņojumu par Somijas eksperimentiem). 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** |
| 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 tas kaitēja konkurencei.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 “Prozac”, bet zaudēja. Uzņēmums “Barr Laboratories”, kurš bija pret termiņa pagarināšanu, kopā ar “Dr. Reddys Laboratories”, “Teva Pharmaceuticals”, “Geneva Pharmaceuticals” un “Pharmaceutical Resources” varēja ražot ģenēriskās zāles par ļoti mazu daļu no sākotnējām izmaksām. Tika aprēķināts, ka, tiklīdz tirgū ienāks ģenēriskās zāles, cena par 20 mg kapsulu samazinātos no vairāk nekā 2 ASV dolāriem (“Eli Lilly” zīmola versija) līdz mazāk nekā 0,5 ASV dolāriem par ģenērisko zāļu kapsulu.Brazīlijā patentētais izgudrojums ir jāražo Brazīlijā, lai patenta tiesību saņēmējs saglabātu ekskluzīvās tiesības, kas tiek piešķirtas ar Brazīlijas patenta tiesībām. Dažās nozarēs, piemēram, zāļu ražošanā un biotehnoloģijā, ražošanas iekārtu iegādei ir nepieciešamas lielas investīcijas, un šķiet nereāli gaidīt, ka uzņēmums uzbūvēs ražotni katrā valstī. Tam var būt ļoti nelabvēlīga ietekme uz konkurenci dažādās nozarēs.1997. gadā tā dēvētajā “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 ierobežo konkurenci. Šis piemērs par konkurences tiesību piemērošanu apliecina ekskluzīvu līgumu noslēgšanas negatīvo ietekmi.Valdības dažkārt izbeidz valsts monopolu darbību, bet izveido privātos monopolus. Šāda lēmuma svarīgākā daļa dažkārt ir augstas cenas piedāvājums 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.Kā norāda Gudvins [*Goodwin*] (2001), lietā, kuru 2000. gadā izskatīja Eiropas Kopienu Tiesa, saskaņā ar Kopenhāgenas 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 ceha būvniecībā, iegūstot labākas kvalitātes pārstrādātos materiālus. Kaut arī Kopenhāgenas pārstrādes ceham bija visas iespējas veikt šo funkciju, tam šāda iespēja tika liegta, pieņemot noteikumus par būvgružu pārstrādi. |

Parādās 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, piemēram, atkritumu savākšanā, daži izmēģinājumi par konkurences palielināšanu šajos tirgos liecina par ievērojamu pakalpojumu kvalitātes uzlabošanos un cenas samazināšanos. Kopumā ekskluzīvo tiesību piešķiršana vai to termiņa pagarināšana ir rūpīgi jāizvērtē, jo tā var būtiski samazināt konkurenci.

###### 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 ievešana attiecīgajā pavalstī.

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

* ASV Floridas štatā bija spēkā ierobežojumi attiecībā uz vīna pārvadājumiem starp štatiem. Persona nedrīkstēja iegādāties vīnu citā štatā un veikt tā piegādi uz savu dzīvesvietu Floridā vai kļūt par vīna kluba locekli citā štatā un veikt vīna piegādi uz savu dzīvesvietu. Saskaņā ar Floridas tiesību aktiem to uzskata par kriminālnoziegumu. Šādi normatīvie akti bieži tiek pieņemti, lai nodrošinātu īpašas tiesības un aizsargātu attiecīgā štata mazumtirgotājus un izplatītājus.

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

* + Gudpasters [*Goodpaster*] un Rejs [*Ray*] (2000) norāda, 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, kā dēļ tirdzniecība starp reģioniem palielinājās. Tomēr pētījumā norādīts, ka atsevišķos apgabalos, piemēram, Dienvidsulavesi reģionā, daudzi ierobežojumi netieši vai tieši atkārtojās. Starp tiem 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 tika kavēta vietējo un reģionālo tirgu izaugsme un attīstība.

Noteikumi un normatīvie akti par preču, pakalpojumu un kapitāla plūsmu starp valsts reģioniem vai starp valstīm var īpaši ierobežot e-komerciju un tiešsaistes pakalpojumus, jo digitalizēti uzņēmumi bieži vien sniedz patērētājiem pakalpojumus no ārpuses.

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** |
| Džounsa akts [*Jones Act*] Amerikas Savienotajās Valstīs nosaka ierobežojumus 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, palielinoties tirgus globalizācijai, ierobežojumiem attiecībā uz celtnieku pilsonību un kuģa īpašnieku valstisko piederību vairs nav loģiska pamatojuma.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 Vadva [*Wadhwa*] (2001) norāda, 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 pat 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 pārdot savus produktus pircējiem, kas piedāvā labāku cenu, līdz ar to valdības noteikumus var pielīdzināt izspiešanai.

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 (lieta 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. Piemēram, Starptautiskā Autotransporta savienība uzskatīja, ka šiem atšķirīgajiem ierobežojumiem ir būtiska ietekme uz komercdarbību dalībvalstīs, kā arī ES kopumā, un aicināja šos noteikumus saskaņot.

Daudzās valstīs ir (vai bija) noteikti šķēršļi profesionāli kvalificēta darbaspēka apritei, tādējādi ietekmējot profesionālo pakalpojumu tirgu. Agrāk ES dalībvalstīs bija spēkā atšķirīgi noteikumi, bet 2007. gada ES direktīva, pamatojoties uz “savstarpējās atzīšanas principu”, pieprasa kvalifikāciju atzīšanu starp dalībvalstīm. Samazinot šos ierobežojumus, palielināsies profesionālo pakalpojumu aprite, kas dos labumu klientiem, kuri varēs saņemt daudzveidīgākus pakalpojumus un, iespējams, maksāt zemākas cenas. ASV dažādos štatos, piemēram, juristiem un ārstiem, ir jākārto sertifikācijas pārbaudījumi. Tas rada šķēršļus medicīnisko un juridisko profesiju pārstāvju apritei starp štatiem un, iespējams, kaitē konkurencei.Grieķijas normatīvajos aktos bija savstarpēji nodalīti divi komercsabiedrību veidi: 1) komercsabiedrības, kas varētu tirgot sēklas vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības līmenī gan valstī, gan ārpus tās, un 2) komercsabiedrības, kas varētu tirgoties vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības līmenī vienīgi valstī. Otrā veida komercsabiedrības var iegādāties sēklas tikai no vietējiem ražotājiem vai no pirmā veida komercsabiedrībām. Šāda dalījuma mērķis bija radīt divus normatīvo prasību kopumus, lai atvieglotu kontroles pasākumus. Nosakot ierobežojumus iekšzemes tirdzniecības uzņēmumiem, tika radīts ģeogrāfisks šķērslis komercsabiedrību spējai pārdot savas preces un arī ierobežots to piegādātāju skaits un loks. Pēc ESAO konkurences novērtēšanas pārskata 2017. gadā šis dalījums tika svītrots no normatīvajiem aktiem.Meksikas pārtikas sanitārās drošības likums noteica, ka ir jāpārbauda 100 % ievestās gaļas partiju. Šī prasība šķita pārmērīgi augsta un nepamatoti dārga. Turklāt saskaņā ar nozares dalībieku sniegto informāciju šo prasību nebija iespējams praktiski izpildīt, kas Meksikas kontrolējošajām varas iestādēm varētu sniegt plašu rīcības brīvību un izraisīt diskrimināciju. Šā noteikuma mērķis bija nodrošināt, lai no ārvalstu ražotnēm importētā gaļa atbilstu tikpat stingrām veterinārajām prasībām kā gaļa no Meksikas ražotnēm. Konkurences novērtēšanas pārskatā, kas tika sagatavots 2018. gadā, ESAO ieteica aizstāt prasību pārbaudīt visas importētās gaļas partijas ar sistēmu, kurā gan pārbaudes pasākumu laiks un skaits, gan pārbaudāmo paraugu skaits tiktu izraudzīts, pamatojoties uz riska novērtējumu, un pārbaudes pasākumu biežums un pārbaudāmā parauga lielums noteikts, pamatojoties uz riska novērtējumu, kurā tostarp ņemta vērā eksportētāja līdzšinējā atbilstība pārtikas sanitārajām prasībām. Tika lēsts, ka šā ESAO ieteikuma pilnīgas īstenošanas gadījumā tiktu gūts labums 32,9–253,9 miljonu MXN apmērā. |

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, kas 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.

#### 2. Noteikumi un 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 “pārmērīgi augstus” preču vai pakalpojumu kvalitātes standartus, kuru dēļ dažiem piegādātājiem rodas priekšrocības salīdzinājumā ar citiem piegādātājiem, vai tādus standartus, kas ir augstāki par standartu, kuru izvēlētos daudzi kompetenti pircēji, ņemot vērā savas vēlmes un pirktspēju;
	+ būtiski palielina dažu piegādātāju izmaksas salīdzinājumā ar citiem piegādātājiem, piemēram, pašreizējiem tirgus dalībniekiem paredzot citādus 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.

###### 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, informētāku izvēli. 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 skrejlapu (vai reklāmas bukletu) izplatīšana. Visbeidzot, tiešā reklamēšana (vai tirgvedība) notiek, kad uzņēmumi izplata informāciju patērētājiem tieši pa tālruni, e-pastu vai ar citiem paņēmieniem.

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

* + - ***Salīdzinošas reklāmas*** mērķis ir izcelt reklāmas devēja pārdotā produkta priekšrocības salīdzinājumā ar konkurenta(-u) produktu. Salīdzinājumi var būt ļoti konkrēti, izceļot, piemēram, tehniskas atšķirības. Vai arī tie varētu būt vispārīgāki un pēc būtības subjektīvāki. Salīdzinošajā reklāmā var izmantot arī cenu salīdzinājumu starp reklāmas devēja preci un konkurentu preci. Automobiļa ražotājs, piemēram, var izmantot reklāmu un apgalvot, ka tā ražotie automobiļi ir drošāki nekā konkurentu ražojumi, atsaucoties uz sadursmju testiem. Gāzēto dzērienu ražotājs varētu reklamēt to, ka tā ražotajam dzērienam ir labāka garša nekā konkurentu ražojumam, atsaucoties uz patērētāju aptauju.
		- ***Nesalīdzinošas reklāmas*** mērķis ir izcelt reklāmas devēja produkta īpašības. Tā var būt kvalitāte, preces īpašības un cenas. Salīdzināšana ar konkurentu precēm netiek veikta. Automobiļu 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. Piemēram, patērētājam 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.*** Piemēram, dažās valstīs 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, ja tiek patērētas pārmērīgi, 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 nesalīdzinošas 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 kurām ir saistīts apdraudējums veselībai.
		- ***Tiešā tirgvedība.*** 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 zvana tirgotāji. Uzņēmumi varētu nevēlēties saņemt faksa sūtījumus no citiem uzņēmumiem, kas reklamē savas preces vai pakalpojumus. Visbeidzot, ar darbu nesaistītus 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 nepieciešami daži noteikumi par tiešo reklāmu, piemēram, lai darbavietās novērstu ražīguma samazināšanos, ko rada nevajadzīgi faksa un e-pasta sūtījumi, tomēr šajā ziņā ir jārod līdzsvars, lai mazajiem uzņēmumiem un pašnodarbinātām 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, kā to panākt, ir reklāmas ierobežojumu noteikšana. Šie ierobežojumi var ļoti efektīvi atturēt uzņēmumus no tādas informācijas sniegšanas patērētājiem, kuru tie uzskatītu par vērtīgu, jo profesionālās apvienības var atņemt tiesības veikt profesionālo darbību tad, ja netiek ievēroti tās noteikumi. Pēc septiņpadsmit ar reklāmu saistītu pētījumu sīkas pārskatīšanas Stīvens [*Stephen*] un Lovs [*Love*] (2000) secina, ka, palielinoties 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 dažām alternatīvām iespējām.[[8]](#footnote-8)4

Salīdzinošas reklāmas regulējums

Kā minēts iepriekš, daudzās valstīs ir noteikti stingri salīdzinošās reklāmas ierobežojumi. Kā alternatīva varētu būt uzmanības pievēršana nepatiesas un maldinošas reklāmas novēršanai. Kāds 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** |
| Vairākās Āzijas valstīs ir spēkā (bija spēkā) noteikumi, ar kuriem tiek ierobežota reklāma vai kuros bija paredzēti konkrēti reklāmas nosacījumi:* + - * Filipīnas – nav atļauta tieša salīdzinoša reklāma;
			* Taivāna – salīdzinoši apgalvojumi ir jāapstiprina neatkarīgai organizācijai;
			* Taizeme – salīdzinoša reklāma nav atļauta, un visi apgalvojumi ir jāpamato.

Daudzās valstīs ir spēkā (bija spēkā) ievērojami reklāmas ierobežojumi. Piemēram:* + - * auditorpakalpojumiem – Francijā, Luksemburgā, Portugālē, Spānijā, Beļģijā un Vācijā;
			* arhitektiem – Luksemburgā, Īrijā, Vācijā, Nīderlandē un Grieķijā;
			* inženieriem – Luksemburgā;
			* juristiem – Grieķijā, Portugālē un Īrijā;
			* notāriem – Francijā, Spānijā, Grieķijā, Austrijā un Vācijā;
			* farmaceitiem – Īrijā, Portugālē, Grieķijā, Austrijā, Francijā un Luksemburgā;
			* grāmatvežiem – Francijā, Beļģijā, Vācijā, Luksemburgā un Portugālē.

Piemēram, veterināriem Itālijā ir noteikti reklāmas ierobežojumi, 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 farmācijas izstrādājumu uzņēmumiem, 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. |

Reklāmas ierobežojumi profesionāļu pakalpojumiem

Daudzās valstīs ārstiem un citu profesiju pārstāvjiem ir vai nu aizliegts reklamēt savus pakalpojumus, vai arī šādai 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]](#footnote-9)5

Tiešā tirgvedība

Valstis ir noteikušas ievērojamus ierobežojumus tiešajai tirgvedībai. 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 īstenot 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 sniegtu indivīdiem izvairīšanās iespēju, savukārt 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.

###### 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 maksātspēju, 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 un 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 būs ļoti atšķirīga atkarībā no dažādiem tirgotājiem (vai zīmoliem). 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 (piemēram, pornogrāfiju, aizskarošu valodu) vai nevēlamām precēm (piemēram, 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 iepludināt 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. Tie sākās ar drošības jostām, kam sekoja deformācijas zonas, priekšējie gaisa spilveni un sānu gaisa spilveni.
	+ - Profesionālās organizācijas, piemēram, juristu, arhitektu, grāmatvežu un medicīnas darbinieku organizācijas, par kritērijiem tostarp 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 ir nepieciešama bieži, 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 ar 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 zemākas kvalitātes precēm. Pašsaprotami, ka pārtikai un dzērieniem ir jābūt drošiem lietošanai pārtikā, bet, nosakot nepamatoti augstas kvalitātes un satura prasības, var samazināties patērētājiem pieejamā piedāvājuma daudzveidība un paaugstināties cenas. Mājokļu būvnormatīvi neapšaubāmi ir nepieciešami drošības apsvērumu dēļ, bet, paredzot pārāk augstus standartus un ierobežojot apbūvei pieejamo zemi, var ievērojami palielināt mājokļu cenas, kas 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 tāds, 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]](#footnote-10)6 Ir nepieciešamas prasības arī vides jomā, jo tam neapšaubāmi ir sabiedrisks labums tīrāka gaisa un ūdens ziņā, bet noteikti ir jānovērtē tas, kāda ekonomiskā ietekme “nepamatoti augstajiem” standartiem būs uz patērētājiem un ražotājiem.[[11]](#footnote-11)7 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]](#footnote-12)8

Lai arī daudzi noteikumi un normatīvie akti, kas attiecas uz saturu un standartiem, ir nepieciešami, svarīgi ņemt vērā, ka tie var radīt ievērojamas izmaksas uzņēmumiem, kā arī diferenciālās izmaksas, kas rodas uzņēmumiem, kad tie cenšas pārstrukturēt savu ražošanas procesu un produkciju, lai atbilstu jaunajiem standartiem. 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 viens neapzināts, taču ievērojams galarezultāts varētu būt tāds, ka jaunajā tirgū, kas izveidojas pēc attiecīgo noteikumu izmaiņām, ir mazāka konkurence un potenciāli 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 augstiem standartiem 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 iespējamu zaudēšanu.

|  |
| --- |
| **5. ierāmējums. Ostas velkoņu operatori – obligātā aprīkojuma prasības** |
| Portugālē daudzās ostās tiek piemērots regulatīvs ierobežojums, kas nosaka ostu velkoņu operatoriem minimālo aprīkojuma un darbaspēka līmeni. Dažas ostas pārvaldes ir pieņēmušas konkrētajā ostā piemērojamus noteikumus, kas paredz, ka velkoņu operatoriem ir jābūt “pienācīgiem materiālajiem līdzekļiem” vilkšanas pakalpojumu sniegšanai. Lai arī šajos ostas noteikumos šādi “pienācīgi materiālie līdzekļi” nav precīzi noteikti, praksē ostas pārvaldes pieprasa velkoņu operatoriem nodrošināt minimālo velkoņu skaitu ar noteiktu vilktspēju, un šādi velkoņi ir viņu lielākais finanšu ieguldījums. Šādas prasības galvenais mērķis ir garantēt, ka licencētam velkoņu operatoram ir nepieciešamais aprīkojums, lai sniegtu pakalpojumus visiem ostas izmantotājiem, tostarp īpaši lieliem kuģiem, kas reti ienāk ostā. Visbeidzot, konkrētajā ostā piemērojamie noteikumi paredz arī to, ka velkoņu operatoriem ir jānodarbina pastāvīgi darbinieki ar atbilstošu kvalifikāciju. Normatīvās prasības, kas uzliek par pienākumu veikt kapitālieguldījumus minimālajā līmenī, var ievērojami palielināt pastāvīgās izmaksas un tādējādi ierobežot tādu operatoru daudzumu, kuri spēj rentabli līdzāspastāvēt vienā ostā. Šie noteikumi var ierobežot konkurenci tirgū, proti, aprīkojuma un darbaspēka minimālā līmeņa noteikšana ierobežo arī operatoru spēju organizēt savu darbību un sadalīt savus resursus. Pastāv kropļojošu ieguldījumu risks, kad, piemēram, normatīvie akti nosaka, ka katra velkoņu operatora īpašumā ir jābūt velkoņiem minimālajā skaitā, kuri ir nepieciešami lielāko ostā ienākošo kuģu vilkšanai, tā vietā, lai atļautu vairākiem operatoriem lietot kopīgu aprīkojumu un laivas, kas samazinātu izmaksas un novērstu dublēšanos. Tāpat komercsabiedrībai varētu būt izdevīgāk pieņemt darbā pagaidu darbiniekus, nevis pastāvīgus darbiniekus ar izrietošām pastāvīgajām pieskaitāmajām izmaksām. Konkurences novērtēšanas pārskatā 2018. gadā ESAO ieteica, ka likumdevējam un ostu pārvaldēm jāatceļ visi aprīkojuma un darba standarti, kas nav pamatoti ar pārredzamiem, nediskriminējošiem un objektīviem kritērijiem. Tā vietā pakalpojumu minimālā līmeņa noteikšana vai aprīkojuma/darba kopfondu izmantošana var būt efektīva alternatīva, ko var izmantot sabiedrisko pakalpojumu nodrošināšanai. |

###### 2.3. Diferencētās izmaksas un izņēmuma noteikumi

Dažkārt normatīvie akti vai politikas pasākumi dažiem uzņēmumiem var radīt izmaksu priekšrocības salīdzinājumā ar citiem uzņēmumiem, radot diferencētu izmaksu struktūru, kas uztur vai veicina neefektīvu uzņēmējdarbību. Šādas izmaksu priekšrocības var izrietēt no tehnoloģiskajām prasībām, subsīdijām, valsts uzņēmumiem piešķirtiem atvieglojumiem un sevišķi no izņēmuma noteikumiem situācijās, kurās pastāvošajiem uzņēmumiem (tirgū pārstāvētajiem uzņēmumiem) ir atļauts turpināt darbību saskaņā ar senākiem noteikumiem, savukārt uz jaunajiem uzņēmumiem tiek attiecināti jaunie noteikumi un normatīvie akti.

2.3.1. Tehnoloģijas ierobežojumi

Normatīvajos aktos var pamatoti noteikt pienākumu izmantot konkrētu tehnoloģiju vai aizliegt konkrētas tehnoloģijas izmantošanu ar darbinieku veselību vai drošību saistītu apsvērumu dēļ. Ja šādi ierobežojumi nav būtiski, tie var radīt izmaksas dažiem uzņēmumiem, tādējādi radot tiem neizdevīgus konkurences apstākļus salīdzinājumā ar konkurentiem, it īpaši, ja ierobežojums atšķirīgi ietekmē vienu vai vairākus uzņēmumus salīdzinājumā ar citiem uzņēmumiem. Dažos gadījumos ar procesu un metožu maiņu vai pielāgošanu saistītās izmaksas var izraisīt uzņēmuma pilnīgu iziešanu no konkrētā tirgus.

Piemēram, var tikt noteikta tehnoloģiska prasība uzstādīt skruberus rūpnīcu dūmeņos, kas novērstu citu, alternatīvu, rentablāku tehnoloģijas risinājumu izstrādi (ko varētu izstrādāt nākotnē). Alternatīvas konkrētas tehnoloģijas izmantošanai ir emisiju kontrole vai emisiju tirdzniecība – pieejas, kas stimulē jaunu, rentablāku tehnoloģisku risinājumu izstrādi vai nodrošina, ka emisiju samazināšana notiktu par zemākām izmaksām nekā tad, ja tiek izmantots norādītais risinājums.

2.3.2. Subsīdijas

Uzņēmumi var būt subsidēti dažādos veidos, lai sasniegtu dažādus ekonomiskos, sociālos, rūpnieciskos, pārdales un citus politikas mērķus. Subsīdijas ar īpaši lielu ietekmi uz konkurenci ir uzskatāmas par valdības iejaukšanās pasākumu, kas dažiem uzņēmumiem nodrošina lielāku atbalstu nekā citiem uzņēmumiem. Tas nozīmē, ka iejaukšanās pasākums ir pieejams tikai atlasītiem uzņēmumiem vai atšķirīgi ietekmē saņēmēju ražošanas izmaksas. Subsīdijas var būt dotācijas skaidrā naudā, valsts aizdevumi ar zemām procentu likmēm, konkrētu nodokļu saistību samazināšana vai preču un pakalpojumu piegāde no valsts par cenām, kas ir zemākas par tirgus cenām.

Dažos gadījumos subsīdijas var būt līdzeklis efektīvāku tirgus rezultātu veicināšanai kā instruments, ar kuru tiek novērstas tirgus nepilnības. Viens šāds gadījums ir pētniecības un attīstības “papildu sekas”. Papildu sekas ir labums, ko vienas komercsabiedrības ieguldījumi pētniecībā un attīstībā var sniegt citiem uzņēmumiem un kas neatspoguļojas tās komercsabiedrības peļņā, kura ir veikusi ieguldījumus pētniecībā un attīstībā.[[13]](#footnote-13)9 Gadījumos, kad pastāv šādas papildu sekas, tās parasti noved pie nepietiekamiem ieguldījumiem pētniecībā un attīstībā, jo inovāciju veicošais uzņēmums netiek atalgots par visu labumu, kas tiek radīts tā īstenotajā pētniecības un attīstības pasākumā. Gadījumos, kad pastāv papildu sekas, subsīdijas var veicināt efektīvāku darbību pētniecības un attīstības jomā, palielinot atlīdzību uzņēmumiem, kuri iegulda pētniecībā uz attīstībā.[[14]](#footnote-14)10

Lai arī subsīdijas var būt efektīvs instruments dažādu ekonomiskās un sociālās politikas mērķu sasniegšanai, tās var arī nopietni ierobežot konkurenci. Subsīdijas kādai uzņēmumu grupai tirgū var radīt tai izmaksu priekšrocības attiecībā pret konkurentiem, kas ļauj šiem uzņēmumiem uzturēt vai palielināt savu produkciju, lai gan tie var būt salīdzinoši neefektīvi konkurenti. Tas var radīt virkni dažādu izmaksu papildus neefektīvai ieguldījumu un rezultātu sadalei, prasot vairāk resursu tās pašas produkcijas saražošanai.

Subsīdijām var būt īpaši nelabvēlīga ietekme tad, ja tās izmanto bankrotējošu uzņēmumu atbalstam. Ja subsīdijas tiek izmantotas, lai atbalstītu bankrotējošus uzņēmumus, tas var izjaukt radošās iznīcības procesu, tādējādi samazinot stimulu uzņēmumiem attīstīt labākus produktus un efektīvākus piegādes procesus.

Subsīdijas var arī samazināt konkurenci tirgos, kur tās izraisa nesubsidētās uzņēmējdarbības pārtraukšanu. Šādos gadījumos tās var arī izraisīt cenu paaugstināšanos un produktu daudzveidības samazināšanos patērētājiem.

Lai mazinātu subsīdijām pret konkurenci vērstās ietekmes potenciālu, svarīgi rūpīgu uzmanību pievērst arī subsīdiju formai. Subsīdijas nodarīs mazāku kaitējumu konkurencei, ja, piemēram:

* + - * tās neradīs labākus apstākļus konkrētam tirgus dalībiekam attiecībā pret tā konkurentiem tirgū;
			* tās piešķir kā vienreizēju maksājumu, nevis dara pieejamu laika gaitā;
			* tās attiecas uz pastāvīgajām izmaksām, nevis uz mainīgām izmaksām, un
			* tās ir tieši saistītas ar tirgus nepilnībām un noteiktas minimālajā nepieciešamajā līmenī.

2.3.3. Valsts uzņēmumu izmaksu priekšrocības

Valsts uzņēmumiem ir svarīga nozīme daudzu valstu ekonomikā un tirgos. Valsts uzņēmumi var būt izveidoti dažādiem mērķiem, tostarp ar mērķi nodrošināt dabisko monopolu, sabiedriskos labumus vai sabiedrības interesēm atbilstošus labumus, internalizēt ārējo efektu ietekmi piegādes lēmumos, kā arī rūpniecības, attīstības, pārdales un nodarbinātības politikas apsvērumu dēļ.[[15]](#footnote-15)11

Gadījumos, kad valsts uzņēmumi konkurē ar privātiem uzņēmumiem, tiem var būt dažādas izmaksu priekšrocības, kuru pamatā nav augstākās efektivitātes vai konkurētspējas, piemēram:

* + - * preferenciāls nodokļu režīms;
			* lētāka parādu finansēšana tādēļ, ka uzņēmums pieder valsts sektoram, nevis privātajam sektoram;
			* nav jāizpilda prasības par komerciālu aktīvu peļņas normas sasniegšanu;
			* mazāki budžeta ierobežojumi, jo ir pieejamas valsts subsīdijas vai pārvedumi valsts uzņēmuma bankrota novēršanai, un
			* atbrīvojums no regulatīvajiem ierobežojumiem vai izmaksām.[[16]](#footnote-16)12

Ja pastāv šādas priekšrocības, preču ražošanu un pakalpojumu sniegšanu var pārtraukt tādi uzņēmumi, kuri to spēj darīt visefektīvāk. Turklāt valsts uzņēmumiem radītās izmaksu priekšrocības var kavēt privātu uzņēmumu ienākšanu tirgū, kas izraisa mazāk inovatīvas un dārgākas produkcijas piegādi par augstākām cenām.

Ja valsts uzņēmumi konkurē ar privātiem uzņēmumiem, rūpīga uzmanība jāpievērš tam, lai, cik vien iespējams, nodrošinātu, ka tiem nav nepamatotu izmaksu priekšrocību un ka tie ir neitrāli konkurētspējas ziņā, proti, ka tie konkurē ar privātajiem uzņēmumiem līdzvērtīgos konkurences apstākļos.[[17]](#footnote-17)13

2.3.4. Izņēmuma noteikumi

Izņēmuma noteikumi pastāv tad, ja pastāvošiem uzņēmumiem (tirgū pārstāvētiem uzņēmumiem) tiek atļauts turpināt darbību saskaņā ar senākiem noteikumiem, savukārt jaunajiem uzņēmumiem ir jādarbojas saskaņā ar jauniem noteikumiem un normatīvajiem aktiem. Izņēmuma noteikumi var piešķirt tirgū pārstāvētajiem uzņēmumiem pagaidu atbrīvojumu vai pastāvīgu atbrīvojumu no jaunajiem noteikumiem.

Apspriedīsim divus izņēmuma noteikumu piemērus.

* + - * Celulozes un papīra ražošanas nozarē pēdējo desmitgažu laikā ir būtiski pieaugušas prasības saistībā ar vidi. Vienkāršs izņēmuma noteikums būtu tāds, ka esošajām fabrikām tiktu paredzēts konkrēts termiņš, līdz kuram tām ir jāatbilst jaunajiem piesārņojuma standartiem, bet no jauna izveidotai fabrikai ir 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. Vecākām ēkām parasti šie noteikumi nav jāievēro.

Šādu izņēmuma noteikumu galvenais iemesls ir tāds, 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 izņēmums 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, 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. Izņēmuma 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 nepieciešamas, lai nodrošinātu atbilstību jaunajām prasībām.

|  |
| --- |
| **6. ierāmējums. Izņēmuma noteikumi** |
| Attiecībā uz elektroģeneratoriem, kuri ir pieteikti Eiropas siltumnīcefekta gāzu emisiju tirdzniecības sistēmā, būtiska nozīme bija siltumnīcefekta gāzu emisiju atļauju sākotnējai piešķiršanai. Izņēmumu noteikumu piemērošana ir svarīgs aspekts, ja lēmums par atļaujas piešķiršanu tiek pieņemts, pamatojoties uz vienu vai vairākiem agrākiem atskaites gadiem. Lai arī jaunajām elektrostacijām būs mazāk izmešu, siltumnīcefekta gāzu emisiju ierobežojumu ieviešana visā ES elektroenerģijas ražošanas nozarē var radīt būtiskas papildu izmaksas elektroenerģijas ražošanā, paaugstināt elektroenerģijas cenas un izraisīt atsevišķu ražotāju iziešanu no tirgus vai bankrotu.Steivinss [*Stavins*] (2005) ir pētījis, vai normatīvā akta veids ietekmē laiku, kad tiek veikti ieguldījumi stacijās. Pētījumā par situāciju vairākās nozarēs laika posmā no 1963. gada līdz 1992. gadam tika secināts, ka ar ASV Tīra gaisa aktu [*Clean Air Act*] saistītā jaunu avotu pārskata dēļ ir būtiski samazinājusies jaunu staciju izveide, turpinoties veco staciju ekspluatācijai. Saistībā ar organisko ķīmisko vielu rūpniecību Bekers [*Becker*] un Hendersons [*Henderson*] (2000) secināja, 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.Pašreizējā laika nišu piešķiršanas sistēma, ar kuru tiek kontrolētas nosēšanās tiesības lielākajā daļā Eiropas lidostu, paredz to, ka pārvadātājam konkrētā diennakts laikā ir nepieciešama 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. (Sīkākai informācijai skat. Brueckner, 2004). Nosēšanās laika nišu un vārtu kontrole ir bijusi arī nozīmīga problēma ASV Federālajai Aviācijas administrācijai [*U.S. Federal Aviation Administration*].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.ASV Vērtspapīru un biržas uzraudzības komisija (*SEC*) 1975. gadā izveidoja jaunu regulatīvu kategoriju – valsts atzīta statistiskas reitingu organizācija (*NRSRO*). Viens no iemesliem bija vēlme nodrošināt to, ka mazāk kompetenti uzņēmumi nesāk uzņēmējdarbību, lai saņemtu maksājumus no obligāciju emitētājiem apmaiņā pret labu reitingu. Saskaņā ar šo *SEC* klasifikāciju izņēmuma noteikumi tika piemēroti galvenajām reitingu aģentūrām – “Moody's”, “Standard & Poors” 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 (skat. White, 2001). |

Lai arī apsvērumi par izmaksām, kuru dēļ netiek nekavējoties 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 radīt ievērojami lielākas izmaksas jaunajiem tirgus dalībniekiem, kā arī ievērojami paaugstināt jaunu kapitālieguldījumu izmaksas tirgū pārstāvētajiem uzņēmumiem. 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 jaunos ieguldījumus, ko veic pašreizējie tirgus dalībnieki;
			* būt par iemeslu tam, ka vecākas, neefektīvas rūpnīcas turpina darboties neefektīvi;
			* sekmēt cenu pieaugumu.

6. 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 būs atšķirība starp pašreizējiem un jaunajiem tirgus dalībniekiem, kā arī no tā izrietošais 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:

* 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 nepieciešami jauni kapitālieguldījumi vai izmaiņas produktos vai procesos, tad izņēmuma noteikumu nepiemērošana nav saprātīga izvēle.
* 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.
* 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, var būt diezgan dārgs process. Tie uzņēmumi, kuru kapitāls ir daudz “vecāks”, varētu būt sasnieguši brīdi, kad ir jāveic iekārtu nomaiņa, 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.[[18]](#footnote-18)14 Piemēram, konkrētas ierīces darba mūžs ir daži gadi, bet iekārtas, kuras iegādājas celulozes un papīra fabrikām, parasti kalpo vairākas desmitgades. Ņemot vērā iepriekš minēto attīstības modeli, “vecuma” ietekmi var sasaistīt 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 iziešanu no tirgus vai ierobežošanas iespēju. Kaut arī argumenti var būt par labu gan lieliem, gan maziem uzņēmumiem, tomēr, saskaroties ar noteikumiem, kas rada lielas izmaksas, pastāv lielāka iespējamība, ka mazāki uzņēmumi, iespējams, nevar ievērot standartus. Kaut arī nav iespējams pilnībā izvairīties no iziešanas no tirgus, būtu lietderīgi apsvērt attīstības modeļus attiecībā uz liela apjoma iziešanu no tirgus. Tāpat kā iepriekš minētajā jautājumā par kapitāla “vecumu”, var būt lietderīgi apsvērt tādus 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.

2.3.5. Regulatīvās atšķirības

Iespējami daudzi dažādi regulatīvo atšķirību veidi. Dažos gadījumos atšķirības var būt saistītas ar atšķirīgu izturēšanos pret dažādiem uzņēmējdarbības veidiem. Var atšķirties izturēšanās pret dažādām komercsabiedrībām ar fizisku klātbūtni, un dažkārt izturēšanās pret komercsabiedrībām ar fizisku klātbūtni var atšķirties no izturēšanās pret interneta uzņēmumiem. Dažkārt uz principiem balstīts regulējums var ietvert atšķirības, kas atspoguļo, piemēram, atšķirīgus riskus, ko rada dažādu piegādātāju, piemēram, mazu un lielu banku, atšķirīgās iezīmes.

Uzņēmumiem pielāgojoties digitalizācijai, rodas jauni uzņēmējdarbības modeļi vai jauni digitāli pakalpojumi. Tirgos, kuros līdzās darbojas piegādātāji, kuri izmanto digitālus risinājumus, un tradicionālie piegādātāji, regulatīvās atšķirības var nelabvēlīgi ietekmēt konkurenci, radot lielākas regulatīvās izmaksas kādai piegādātāju grupai vai veidam. Regulatīvās atšķirības var būt izdevīgas noteiktam piegādātāju veidam. No vienas puses, daudzos gadījumos jaunie tirgus dalībnieki vai pakalpojumi un preces netiek regulēti vispār vai tiek regulēti atšķirīgi nekā to tradicionālie līdzinieki. Šāda situācija var radīt pārmērīgas izmaksu priekšrocības jaunajiem tirgus dalībniekiem, jo viņu konkurentiem ir augstākas regulējuma izmaksas. No otras puses, tam, ka jaunajiem tirgus dalībniekiem tiek noteikti pārmērīgi augstāki regulatīvie standarti, ir līdzīga ietekme kā izņēmuma noteikumiem.

Tas nenozīmē, ka tradicionālie piegādātāji un digitalizētie piegādātāji ir jāregulē vienādi, neņemot vērā to īpatnības. Tomēr, ja visiem piegādātājiem ir pieejami līdzvērtīgi konkurences apstākļi, tas var uzlabot konkurenci tirgū.

|  |
| --- |
| **7. ierāmējums. Zvaigžņu klasifikācijas sistēma viesnīcās** |
| Grieķijā normatīvie akti par viesnīcu zvaigžņu klasifikāciju nosaka prasības tūristu kūrortu klasificēšanai kategorijās, pamatojoties uz tehniskajām specifikācijām. Normatīvie akti arī paredzēja, ka ēkas, kas pārveidotas par viesnīcām, zvaigžņu klasifikācijā nevar iegūt vairāk par 1 zvaigzni. Turklāt šādām viesnīcām bija liegts paplašināt ietilpību, pievienojot jaunas istabas vai veicot citus paplašinājumus. Šie normatīvie akti atturētu investorus no ēku atjaunošanas un uzlabošanas un faktiski piespiestu nojaukt ēkas un uzbūvēt tās no jauna, lai iegūtu vairāk zvaigznes zvaigžņu klasifikācijā. Iespējami paaugstināto izmaksu dēļ šie normatīvie akti atturēja no ienākšanas viesnīcu tirgū un novērsa augstākas kvalitātes infrastruktūras attīstību. Pēc ESAO konkurences novērtēšanas pārskata šis ierobežojums tika svītrots no normatīvajiem aktiem.Skat. ESAO (2014), OECD CompetitionAssessment Reviews: Greece, OECD Publishing, Parīze, https://doi.org/10.1787/9789264206090-en. |

###### 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 stimuls 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 stimuls gūt peļņu. Vispārīgi runājot, avotos ir norādīts, ka, 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.[[19]](#footnote-19)15 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 konkurenci.[[20]](#footnote-20)16 Šīs iespējas var radīt būtisku ieguvumu tiem patērētājiem, kuri “kļūdās”, bet var radīt nelielas izmaksas tiem, kuri nekļūdās, tādējādi viņu ieguvumi visdrīzāk būs lielāki par izmaksām. Pastāv šādas iespējas:

* + - piedāvāt salīdzināmas informācijas avotus (piemēram, 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 pozīcijām[[21]](#footnote-21)17);
		- standarti par informācijas sniegšanu patērētājiem (piemēram, vispārējs noteikums par gada procentu likmes aprēķināšanu), lai veicinātu finansēšanas piedāvājumu salīdzināmību;
		- nogaidīšanas periods (viena nedēļa, lai apdomātu aizdevuma ar nekustamā īpašuma ķīlu noteikumus, automobiļa iegādi, atteikšanos no patērētāja tiesībām vai tiešās pārdošanas piedāvājumu), kas sniedz laiku savākt papildinformāciju un apdomāt iespējas, un
		- prasības par informācijas atklāšanu (piemēram, prasība hipotekāro aizdevumu devējiem sniegt informāciju par gada procentu likmi un mēneša maksājumiem, kā arī izmantot vienkāršus paskaidrojumus, piemēram: “Ja piekritīsit šim aizdevumam, aizdevējs saņems hipotēku uz jūsu māju. Ja nepildīsit savas saistības, varat zaudēt savu māju un līdzekļus, ko esat tajā ieguldījis.”).

Aplūkosim pirmo iespēju. Patērētājiem pieejamās informācijas uzlabošana nav vienkārša. 8. 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.[[22]](#footnote-22)18

Ir sarežģīti nodrošināt to, ka attiecīgajā brīdī patērētājiem ir pieejama nepieciešamā informācija, bet, uzlabojot informācijas pieejamību patērētājiem, var būtiski uzlabot patērētāju labklājību un, iespējams, būtiski samazināt patērētāju izdevumus (kā tas ir ar hipotekārajiem aizdevumiem). Izmantojot patērētāju izlases grupu, ir pārbaudīts, ka patērētāju ieguvumi no citu informācijas iegūšanas mehānismu izmantošanas nereti var būt daudz lielāki nekā šādu pārbaužu izmaksas.[[23]](#footnote-23)19

|  |
| --- |
| **8. ierāmējums. Informācijas problēmas** |
| Šajā ierāmējumā ir sniegti piemēri par situācijām, kad politikas veidotāji varētu apsvērt cenu regulēšanu kā risinājumu ar informāciju saistītu tirgus nepilnību labošanai. Politikas pasākumi, ar kuriem ir iespējams uzlabot sniegto informāciju, ir norādīti kā alternatīvas.**Aizdevumi**Parasti aizdevuma līgumos vairākas lappuses ir rakstītas ar sīkākiem burtiem, un daudzi līguma punkti var nebūt viegli saprotami visām privātpersonām vai maziem uzņēmumiem. Piemēram, parasti privātpersonas galveno uzmanību pievērš procentu likmei, neņemot vērā vai daudz mazāku uzmanību pievēršot sīkajā drukā rakstītajam tekstam par šādiem aspektiem:* + - * komisijas maksu;
			* kopējo summu, kas jāmaksā par dažādiem pakalpojumiem, un
			* 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 neparedzētas grūtības ekonomisko apstākļu mainības dēļ, kas var izraisīt aizdevuma maksājumu kavējumus vai saistību neizpildi. Ja viņi nebūs izlasījuši sīkajā drukā rakstītās aizdevuma līguma daļas aizdevuma pieprasīšanas laikā, viņus var pārsteigt soda naudas lielums.Vidējo un lielo uzņēmumu situācija nedaudz atšķiras, jo to darbības apmēri parasti nozīmē to, ka šajos uzņēmumos strādā juristi, kuri ir pietiekami zinoši un pieraduši izlasīt visu tekstu, 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, klientam ir jābūt labi informētam un izglītotam, lai pieņemtu pareizo lēmumu. Kā novērots daudzās valstīs, tas, ka finanšu pakalpojumu tirgū ir salīdzinoši liela konkurence, nebūt nenozīmē to, ka ir izskaustas iepriekš minētās problēmas ar sīkajā drukā rakstītu tekstu un informācijas problēmas, kas var nelabvēlīgi ietekmēt lēmuma pieņemšanu, sevišķi individuālajiem patērētājiem un maziem uzņēmumiem.Valdības iejaukšanās, kuras mērķis ir atklāt patiesās aizdevuma izmaksas, var sekmēt labāku darījumu piedāvāšanu patērētājiem aizdevumu tirgū. Viens no politikas atbildes pasākumiem varētu būt prasība par cenas atklātuma nodrošināšanu attiecībā uz galvenajiem cenas veidošanas noteikumiem, pieprasot izsniegt visiem aizdevuma ņēmējiem vienu lappusi garu “aizdevuma līguma faktu kopsavilkumu”, kurā sniegta informācija par:* + - * + procentu likmi standartizētā formā, piemēram, izsakot to kā gada procentu likmi;
				+ komisijas maksu;
				+ visām maksām un uzrēķiniem;
				+ soda naudu bankrota gadījumā;
				+ soda naudu nokavēta maksājuma gadījumā un
* citām izmaksām, kas var rasties aizdevuma ņēmējam.

Šāds nosacījums nodrošinātu, ka katrs aizdevuma ņēmējs tiek informēts par attiecīgo aizdevuma līgumu un tiek atvieglota vairāku aizdevēju piedāvājumu salīdzināšana un labākā aizdevuma izraudzīšanās.**Darījumi ar valūtu**Pieņemsim, ka tūrists vēlas apmainīt naudu no vienas valūtas citā valūtā. Noteiktais valūtas kurss, iespējams, ir vissvarīgākais faktors. Tomēr dažādiem pakalpojuma sniedzējiem šis valūtas kurss var ievērojami atšķirties, sākot no tāda, kas ir tuvs oficiālajam valūtas kursam, līdz pat valūtas kursam ar ievērojamu uzcenojumu. Turklāt lielākā daļa pakalpojuma sniedzēju iekasē pakalpojuma maksu jeb komisijas maksu, kas var būt gan gandrīz 0 %, gan 10 %. Kopējā cena, ko patērētājs maksā par šo pakalpojumu (valūtas maiņu), ir atkarīga no noteiktā valūtas kursa un komisijas maksas, 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 var noslēgt daudz sliktāku darījumu, nekā sākumā tika gaidīts, ņemot vērā noteikto valūtas kursu. Šāda darījuma veikšanai klientam ir nepieciešama attiecīgā informācija, lai varētu salīdzināt dažādu pakalpojuma sniedzēju piedāvāto valūtas kursu, kā arī pakalpojuma un komisijas maksas. Šādā informācijas vākšanas procesā patērētājam visdrīzāk radīsies zināmas darījumu izmaksas. Šādā situācijā var palīdzēt tas, ka tiek ieviesta prasība norādīt pilnu cenu pirms darījuma, aprēķinot faktisko valūtas kursu (ieskaitot maksas). Banku aizdevumi un citi finanšu darījumi ir tādējādi līdzīgi, ka klientam ir sarežģīti uzzināt kopējo maksājamo cenu.**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 jāsagatavo saraksts ar izmaksām pirms bērēm.[[24]](#footnote-24)20 Šādi noteikumi veicina cenas atklātumu un dod iespēju salīdzināt dažādas iespējas, palīdzot klientiem pieņemt labāku lēmumu.**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 svarīga ir arī kvalitāte. Piemēram, ja apdrošinātā persona nokļūst nelaimes gadījumā, pircējam interesēs, cik viegli un ātri tiek izmaksāta apdrošināšana, kā arī tas, kur apdrošinātā persona var remontēt savu automobili vai vērsties, lai saņemtu medicīnisko palīdzību. 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 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 vienkārši izvēlas, ņemot vērā tikai cenu, var būt pārsteigts, uzzinot, ka atlīdzības saņemšanai no apdrošinātāja ir vajadzīgi vairāki mēneši un šādam darījumam ir ievērojamas izmaksas. Tādējādi, pieprasīšana 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 pirkta 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. |

#### 3. Noteikumi un normatīvie akti, kas samazina piegādātājiem stimulu konkurēt

Daži noteikumi, normatīvie akti un mehānismi, kas ļauj uzņēmumiem apmainīties ar informāciju un sadarboties konkrētās jomās, var radīt vidi, kurā uzņēmumiem zūd stimuls konkurēt. Raizes var sagādāt tas, ka šādi apstākļi var veicināt kartelim līdzīgas darbības, kuru dēļ var palielināties cenas un samazināties ražošana un daudzveidība. Šie apsvērumi ļoti atšķiras no tiem, kas ir saistīti ar piegādātāju skaitu un dažādību vai uzņēmumu konkurētspēju – šie jautājumi tika apspriesti iepriekšējās divās pamatkategorijās. Turklāt pastāv noteikta uzņēmējdarbības prakse, ko uzņēmumi var izmantot tādās iepriekš regulētās nozarēs kā elektroenerģijas, telesakaru, dabasgāzes u. c. nozare un kas rada šķēršļus konkurencei un mazina stimulu konkurēt. Stimuls konkurēt var mazināties šādās situācijās:

* + tiek izveidota pašregulējoša vai kopregulējoša sistēma;
	+ 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 norādīts turpmāk, īpašas bažas rada izmaksas, ko uzspiež iepriekš regulētie monopoli, kuri dominē tirgū.

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) daļējus 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.

###### 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).[[25]](#footnote-25)21 Pašregulācijai ir vairākas priekšrocības.

* + - Tā sniedz iespēju regulāciju veikt saskaņotāk. Ja regulatīvajā shēmā kā aktīva dalībniece iesaistās cienījama nozares apvienība, tad tas var palielināt ticamību šai shēmai, tādējādi tā tiek arī stiprināta. Tas savukārt palielina atbilstības pakāpi.
		- Nozares pārstāvji un citas ieinteresētās personas tiek iesaistītas regulatīvajā procesā, kas 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.[[26]](#footnote-26)22 Atsevišķās nozarēs, piemēram, profesionālajos pakalpojumos, nozares apvienība, visticamāk, 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 tradicionālākām valdības regulācijām. Tāpēc daudzās jomās pašregulācija var palielināt efektivitāti un inovāciju, kā arī uzlabot rentabilitāti.[[27]](#footnote-27)23

Tomēr, īstenojot pašregulācijas un kopregulācijas pasākumus, var rasties konkurences problēmas. Pēc būtības pašregulācija, kurā iesaistās nozares organizācijas un aroda apvienības, saved kopā “konkurentus” un tādējādi palielina savstarpējo informācijas plūsmu. Kaut arī tirgus dalībnieku sanāksmju mērķis ir vienoties, piemēram, par 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:

* + - augstāka cenu saskaņošanas iespējamība;
		- saskaņota darbība, lai nepieļautu jaunu tirgus dalībnieku 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 ienāk jauns uzņēmums, kas izmanto labākas tehnoloģijas. Pašreizējie tirgus dalībnieki, izmantojot nozares apvienību, centīsies radīt šķēršļus ienākšanai tirgū, lai pasargātu savus ienākumus (piemēru skat. 9. 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.

9. 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 konkurenci kropļojošas uzvedības iespējamība, jo nozares apvienības var izmantot šos standartus, lai radītu šķēršļus konkurencei (piemērām, kā minēts 9. ierāmējuma C.2. punktā). Šajā ziņā pašregulācijas sistēmas izveidē ir jāizvairās no piespiedu standartu izmantošanas.

Attiecībā uz tādu jautājumu kā konkurenci kropļojoša rīcība, piemēram, cenu saskaņošanu un tirgus sadales shēmām, 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 tiks veiktas tirgos ar augstu koncentrāciju un/vai tirgos, kuros darbojas vien daži uzņēmumi. Šos rādītājus var izmantot, lai novērtētu šādas uzvedības 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.

|  |
| --- |
| **9. 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 “dūnu”. Tas savukārt nozīmē, ka izstrādājums, kura sastāvā ir 100 % dūnu, retāk tiek identificēts kā augstākas kvalitātes izstrādājums, 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 stingrāka regulējuma 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 pieaugošo 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 norādījis Leksčins [*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 sniedz uzņēmumiem plašas iespējas izmantot maldinošu reklāmu.**C. Piemēri par gadījumiem, kad pašregulācija ir ietekmējusi konkurenci**1. Amerikas Savienotajās Valstīs Amerikas Mediķu asociācija [*The American Medical Association*] ir noteikusi standartus ārstiem. Ar šiem noteikumiem tika ierobežota reklāma, pakalpojumu sniegšana pacientiem un cenu konkurence starp ārstiem. ASV Federālā Tirdzniecības komisija 1979. gadā noteica, ka šāda pašregulācija ir pretrunā ar ASV konkurences tiesībām, jo kavē konkurenci starp ārstiem un jaunu konkurences veidu parādīšanos veselības aprūpes nozarē.2. Nozares pašregulācijas rezultātā var rasties nepieņemami iemesli, kuru dēļ iespējamajam konkurentam tiek liegta iespēja ienākt tirgū. Kā piemēru var minēt 1988. gada ASV lietu par konkurences ierobežošanu – “Allied Tube & Conduit Corp.” pret “Indian Head, Inc.”. Šajā lietā “Allied Tube” noteica standartus elektrības vadu tērauda instalācijas caurulēm ēkās, un šie standarti bija iekļauti 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 sniedzām 4. nodaļas sākumā. Kā minēts iepriekš un uzsvērts dažos 9. ierāmējuma piemēros, pašregulācijas mehānismi var radīt uzņēmumiem 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.

###### 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 satikties 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 sniedz konkurentiem iespēju apmainīties ar informāciju par cenām un daudzumiem, kā arī iesaistīties slepenās darbībās. Citos gadījumos publiskas informācijas sniegšana, piemēram, par cenām, var uzlabot informācijas plūsmu starp uzņēmumiem, palielinot arī slepeno darbību iespējamību.

10. ierāmējumā ir izklāstīti piemēri par gadījumiem, kad informācijas apmaiņa un sadarbība starp uzņēmumiem ir izraisījusi to, ka konkurences uzraudzības iestādēm ir jāveic izmeklēšana. Lai arī šie ir piemēri no konkurences tiesību aizsardzības jomas, tie ir izraudzīti ar mērķi uzsvērt to, ka informācijas apmaiņa (un iespēja to veikt) var nelabvēlīgi ietekmēt konkurenci. Kopumā tiek uzsvērts, ka, pirms tiek atļauts veikt informācijas apmaiņu un sadarboties, tas ir rūpīgi jāapsver, jo tādējādi var negatīvi ietekmēt konkurenci.

|  |
| --- |
| **10. ierāmējums. Sadarbība un informācijas apmaiņa** |
| 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.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 izraisīt to, 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 [*Goiás*] pavalsts (Brazīlija) anesteziologu 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 [*Macapá*] pilsētā Brazīlijā bija iesaistīts konkurences ierobežošanā, ietekmējot vienotas komercdarbības vai vienošanos pieņemšanu starp konkurentiem.Amerikas Mediķu asociācija 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.Kavaljēre [*Cavaliere*], Silvestri [*Silvestri*] un Tanaso [*Tanasso*] (2000) norāda uz problēmām saistībā ar pašregulāciju un brīvprātīgajām vienošanām, kas paredzētas tam, lai uzņēmumi varētu sasniegt 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.Kā norādījis Poters [*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 izraisīt slepenas darbības un cenu palielināšanu. Kopumā jānorada, ka darījumi starp uzņēmumiem internetā sniedz 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. Piemēram, ASV Tieslietu departaments [*US Department of Justice*] ir izmeklējis obligāciju tirdzniecību internetā (Schiffrin, 2000), kā arī aviolidojumu rezervēšanas uzņēmumus, kurus izveidojušas vairākas aviosabiedrības, piemēram, “Hotwire” un “Orbitz”, saistībā ar kuriem izmeklēšanu veica arī ASV Federālās Tirdzniecības komisija [*US Federal Trade Commission*] un Transporta departaments [*Department of Transport*] (Greenberg, 2000). ASV Tieslietu departaments veica izmeklēšanu, pamatojoties uz pierādījumiem par to, ka informācijas apmaiņa aviolidojumu rezervēšanas sistēmā tikusi izmantota, lai manipulētu ar cenām. (www.usdoj.gov/atr/cases/f4800/4800.htm)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”, kuriem 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 izraisīt cenu saskaņošanu vai tirgus daļu noteikšanu, pieredze konkurences tiesību piemērošanas jomā liecina, ka liela tirgus daļa vai neliels uzņēmumu skaits ir viens no rādītājiem, kas liecina par šādas konkurenci kropļojošas uzvedības iespējamību. Kaut arī galīgajā analīzē 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.[[28]](#footnote-28)24

###### 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 sapratīgi 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 [*Telecommuncations Act*] 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.

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

|  |
| --- |
| **11. ierāmējums. Darbību atbrīvošana no konkurences tiesību piemērošanas** |
| Ar Kanādas 1987. gada Kuģniecības konferenču atbrīvojuma aktu [*Shipping Conferences Exemption Act*] (*SCEA*) konkrētas kuģniecības konferences darbības (piemēram, kolektīva tarifu noteikšana un pakalpojumu nosacījumi) tika atbrīvotas no Konkurences akta [*Competition Act*] noteikumu piemērošanas. Lai konference nebūtu pretrunā Konkurence aktam, ar *SCEA* tiek piemērota imunitāte pret konkurences tiesību piemērošanu. Klaida [*Clyde*] un Raiceza [*Reitzes*] ziņojums (1995) sniedz pierādījumus tam, ka daži laineru satiksmes konferences atbrīvojumu sistēmas aspekti ir veicinājuši okeāna laineru satiksmes tarifu pieaugumu.Līdz 2008. gada oktobrim laineru kuģniecības sabiedrības izmantoja Grupālā atbrīvojuma regulas [*Block Exemption Regulation*] priekšrocības, kas ļāva pārvadātājiem vienoties par cenām un ietilpību (tā dēvētās “konferences”). Šādas vienošanās vairs nav atļautas maršrutos uz Eiropu un no tās, lai gan dažos maršrutos ārpus Eiropas to īstenošana joprojām var būt likumīga. Savukārt ar cenu nesaistītas vienošanās konsorciju formā ir atļautas saskaņā ar Regulu Nr. 906/2009, jo tās sekmē laineru satiksmes pakalpojumu efektivitāti un racionalizāciju, ja vien tirgū joprojām saglabājas pietiekams konkurences spiediens. Atbrīvojumi tiek attiecināti uz tādām darbībām kā grafiku saskaņošana, kopīga kuģu piestāšanas ostu noteikšana, uz kuģiem pieejamās platības apmaiņa un kuģu kopīga lietošana. Grupālais atbrīvojums nav attiecināms uz konsorcijiem, kuru tirgus daļa pārsniedz 30 %, bet tos joprojām var uzskatīt par likumīgiem saskaņā ar vispārējiem ES konkurences noteikumiem.Ar ASV Makkarana-Fergusona aktu [*McCarran-Ferguson Act*] (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 norādījis Kings [*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.Amerikas Savienotajās Valstīs jomas, kurām tiek piemēroti noteikta veida atbrīvojumi no konkurences aizsardzības tiesiskā regulējuma piemērošanas vai kurām šādā tiesiskajā regulējumā tiek paredzēts īpašs režīms, tostarp ir šādas: lauksaimniecības kooperatīvi; zvejas kooperatīvi; bankas un citas finanšu iestādes; vērtspapīru un preču tirdzniecības nozares; apdrošināšana; laikraksti; profesionālais sports; starpštatu auto, dzelzceļa un ūdens transports; pārvadājumi pa okeānu; darba ņēmēju apvienības un gaisa pārvadātāji. 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.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. Eiropas Savienības konkurences grupālā atbrīvojuma režīms attiecībā uz automobiļu izplatīšanu un tehnisko apkopi tika reformēts 2010. gadā. Automobiļu remonta nozarē joprojām pastāv īpaši noteikumi, lai nodrošinātu iespēju neatkarīgām remontdarbnīcām konkurēt ar automobiļu ražotāju autorizētām remontdarbnīcām un lai remontdarbnīcām joprojām būtu pieejamas alternatīvas un bieži vien lētākas rezerves daļas no citiem zīmoliem.Zviedrijā ir spēkā juridisks atbrīvojums saskaņā ar Konkurences aktu lauksaimniecības kooperatīviem. Konkurences politikas pasākumus, ar kuriem novērš konkurenci kropļojošu uzvedību, nepiemēro cenu noteikšanai, ko veic apvienība, kas ir atbildīga par tai piegādāto preču tirdzniecību.Dienvidāfrikā atbrīvojumu no konkurences tiesību piemērošanas var piešķirt uzņēmumiem un profesionālajām apvienībām tādu darbību veikšanai, kuras būtu uzskatāmas par konkurenci kropļojošām darbībām gadījumā, ja komisija nebūtu piešķīrusi šādu atbrīvojumu. Atbrīvojumu var piešķirt, lai:a) veicinātu eksportu; b) sekmētu mazu un vidēju uzņēmumu darbību; c) palīdzētu nozares ekonomiskajai stabilizācijai un d) uzturētu profesionālos standartus vai profesijas ierasto darbību. |

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 tiesību piemērošanas 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.[[29]](#footnote-29)25

#### 4. Patērētāju izvēle un lēmumu 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.[[30]](#footnote-30)26 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.[[31]](#footnote-31)27 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 kuri ir labi apsvērti.

Valdība šajā saistībā var palīdzēt. Vilsons [*Wilson*] un Vadamss Praiss [*Waddams Price*] (2005) aplūko Apvienotās Karalistes (AK) elektroenerģiju pērkošo mājsaimniecību izlasi un ir secina, 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 uzņēmumu noietu un relatīvo pārpalikuma piedāvājumu (Perloff un Salop, 1985, 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 iemesls patērētājus aizsargāt, piemēram, pieprasot skaidru un salīdzināmu standartu dažādu piegādātāju piedāvājumu salīdzināšanai. Tomēr šāda iejaukšanās tirgū ir rūpīgi jāizvērtē, jo tai var būt sekas, kuras negatīvi ietekmē gan piegādātājus, gan patērētājus. Kā piemēru politikai, kura kaitē patērētāju izvēles 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), noteikumus, kas sniedz patērētājiem iespēju iegādāties noteiktas preces, noteikumus, kas sniedz konkrētas profesijas pārstāvjiem iespēju ierobežot patērētāju izvēli, piemēram, ja tiek izrakstīta recepte (piemēram, kontaktlēcām), 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.

###### 4.1. Iespēja izvēlēties

Parasti tirgus vislabāk darbojas tad, ja patērētājiem ir brīva izvēle. Izvēles iespējas var ierobežot pat tad, ja ir iespēja izvēlēties starp vairākiem piegādātājiem. Tas var notikt tad, ja valdības noteikumi ierobežo patērētāju izvēles iespējas. Daudzos gadījumos atsevišķi ierobežojumi ir pieņemami un sagaidāmi, piemēram, ja klients izvēlas automobili, saprotot, ka apkopes iespējas ir ierobežotas, jo tikai dažās remontdarbnīcas būs pieejams attiecīgā automobiļa apkopei nepieciešamais aprīkojums.[[32]](#footnote-32)28 Atsevišķi ierobežojumi dažkārt var ļoti labvēlīgi ietekmēt konkurenci un nodrošināt patērētājiem labākus darījumus.[[33]](#footnote-33)29 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.[[34]](#footnote-34)30

Valdības politika var ierobežot izvēles iespējas tieši vai netieši. Piemēram, valdība var noteikt, ka ir aizliegts kaimiņpavalstī vai valstī par zemāku cenu iegādāties recepšu vai bezrecepšu zāles. Tas ir tiešs ierobežojums. Valdība var liegt arī 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.

Patērētāju brīvās izvēles ierobežošanai var būt nelabvēlīga ietekme, jo, ja piegādātāji zina, ka patērētāji nevar veikt tādu izvēli, kādu vēlētos, tad piegādātāji var mazāk reaģēt uz konkurences spiedienu, kas būtu izraisījis piegādātāja cenu samazināšanos, kvalitātes paaugstināšanos vai pieejamo preču un pakalpojumu dažādības palielināšanos. 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 nepieciešamas) 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. Piemēram, Dr. Jones var izrakstīt savam pacientam recepti “Dr. Jones Contacts” kontaktlēcu iegādei ar konkrētu korektīvo stiprumu. Pacientiem varētu būt ierobežotas iespējas iegādāties šādas kontaktlēcas, jo atbilstoši likumam ar attiecīgo recepti var iegādāties tikai receptē norādītās kontaktlēcas un tās pārdod tikai Dr. Jones. Dati par cenām liecina, ka privāto preču zīmju kontaktlēcas, kuras piedāvā neatkarīgie acu speciālisti un optikas 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).[[35]](#footnote-35)31 Ņemot vērā likumdošanas darbību,[[36]](#footnote-36)32 ASV Federālā Tirdzniecības komisija [*US Federal Trade Commission*] 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.[[37]](#footnote-37)33
		- Dažkārt valdības politikai var būt nozīme izvēles iespēju palielināšanā. Piemēram, Varšavas pašvaldības sabiedrisko pakalpojumu uzņēmums “Warsaw Municipal Corporation for Public Services Ltd.” (*MPUK*) nomāja kapličas no Varšavas pilsētas Varšavas publiskajā 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, bēru 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.[[38]](#footnote-38)34

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 kontaktlēcu iegādi, kad optometristi 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 nepieciešama 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.

|  |
| --- |
| **12. ierāmējums. Ar firmas zīmi marķētu zāļu obligāta pārdošana, ja vien nav skaidri atļauts izmantot aizvietojošas zāles** |
| Ārsti Meksikā var parakstīt vai nu starptautisko nepatentēto nosaukumu (SNN; atbilstoši Pasaules Veselības organizācijas definīcijai tas ir unikāls, pasaulē atzīts nosaukums, kas ir sabiedriskais īpašums), vai arī apvienotu ģenerisku un atšķirības apzīmējumu, kas ir ģenerisku zāļu un zīmolvārda kombinācija (piemēram, salbutamols un “Ventolin”, ibuprofēns un “Advil”, paracetamols un “Tylenol”). Ja ārsti paraksta zāles ar atšķirības apzīmējumu, farmaceitiem ir jāievēro šis norādījums; šīs zāles var aizstāt ar citām zālēm tikai tad, ja ārsts to skaidrā veidā atļauj. Tādējādi patērētāji ir spiesti iegādāties ar firmas zīmi marķētas zāles, ja šādas zāles ir parakstījis ārsts. Šāda patērētāju izvēles samazināšana var kaitēt patērētājiem, kuri var zaudēt pieeju lētākām zālēm, par kurām viņi bieži maksā no personīgajiem līdzekļiem. Šā noteikuma mērķis ir aizsargāt Meksikas iedzīvotājus pret sanitārajiem riskiem, ņemot vērā, ka Meksikas sabiedrībā ir plaši izplatīts uzskats, ka ģeneriskās zāles nav tik efektīvas kā oriģinālās zāles (t. i., zāles, kuras ir aizsargātas ar patentu vai kuru patentam ir beidzies termiņš). Tomēr bažas par ģenerisko zāļu drošumu un efektivitāti pretstatā oriģinālo zāļu drošumam kopumā šķiet nepamatotas. Konkurences novērtēšanas pētījumā par farmaceitiskajiem līdzekļiem, kas tika veikts Meksikā 2018. gadā, ESAO ieteica 1.) noteikt pienākumu farmaceitiem informēt pacientus par lētākajām pieejamajām ģeneriskajām zālēm un atļaut aizvietot parakstītās zāles ar šīm ģeneriskajām zālēm, ja pacients tam piekrīt un ja receptē nav īpaši norādīts, ka “aizvietošana nav atļauta” (kas var būt nepieciešams, ja pacients slikti reaģē uz kādu konkrētu zāļu aizvietotājiem), vai 2.) ieviest noteikumu, kas paredz, ka ārstiem ir jāparaksta tikai SNN medikamenti, kas ir aktīvā viela, nevis ar firmas zīmi marķētas zāles. Tika lēsts, ka jebkura šā ESAO ieteikuma pilnīgas īstenošanas gadījumā Meksikas patērētājiem tiktu radīts labums 6177,4–21 417,8 miljonu MXN apmērā. |

###### 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 preci vai pakalpojumu uz noteiktu laiku.[[39]](#footnote-39)35 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.[[40]](#footnote-40)36

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.[[41]](#footnote-41)37

Lielas bažas rada piegādātāja maiņas izmaksas nozarēs, kurās ir atcelti ierobežojumi, piemēram, dabasgāzes, elektroenerģijas un telesakaru nozarē, kurās dominē tirgū pārstāvētie uzņēmumi, kas cenšas kavēt konkurenci, piedāvājot līgumus, kuros ir paredzētas piegādātāja maiņas izmaksas. Šīs nozares, kurās tradicionāli ir veikta regulēšana, rada ievērojamas problēmas vismaz divu iemeslu dēļ:

* + - konkurentiem, lai sniegtu pakalpojumus, ir jāpiekļūst 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.[[42]](#footnote-42)38

Pašreizējo tirgus dalībnieku uzvedība tādās nozarēs kā elektroenerģija, telesakari un dabasgāze liecina par to, ka tiem ir ievērojama tendence 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 tiesības piekļūt tirgū pārstāvēta uzņēmuma tīklam. Šāda situācija ir vērojama daudzās Eiropas valstīs. Amerikas Savienotajās Valstīs situācija nav vienveidīga, jo Federālā sakaru komisija (2005. gada augustā) noteica to, ka tirgū pārstāvētajiem telesakaru uzņēmumiem nav pienākuma nodrošināt saviem konkurentiem pieeju savam tīklam. (Ir vairākas ar piekļuvi saistītas problēmas, par kurām šeit plašāk nerunāsim, proti, tās ir saistītas ar pašreizējo tirgus dalībnieku spēju mazināt piekļuvi tīklam pat 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 divi izteikti elementi, kas minēti turpmāk, un abi šie elementi ir jāsamazina vai jāatceļ, lai atvieglotu piegādātāja maiņu un vairotu konkurenci:
			* 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 vēlamies 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.

|  |
| --- |
| **13. ierāmējums. Piegādātāja maiņas izmaksas** |
| 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 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 pašreizējam tirgus dalībniekam, un tās ir acīmredzams pašreizējo pakalpojumu sniedzēju monopola varas avots. Piemēri, kas apliecina to, cik šis jautājums ir svarīgs: a) numura pārnesamība Apvienotajā Karalistē likumīgi stājās spēkā 1999. gadā, un b) kopš 2002. gada beigām tā ir obligāta prasība Vācijā. Labdgrebe (2004) sniedz informāciju par dažādām piegādātāja maiņas izmaksām mobilo sakaru tirgū Eiropā.Pēc tam, kad tika atcelta 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.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, dažādās valstīs atšķiras tas, cik vienkārši ir mainīt piegādātājus. Zviedrijā piegādātāja maiņu var veikt tikai mēneša pirmajā dienā, un šis process var ilgt līdz pat diviem mēnešiem, ja patērētājs izdara to pat tikai vienu dienu vēlāk. Somijā sistēma ļauj sadales sistēmas operatoriem iekasēt maksu, ja klients maina piegādātāju biežāk nekā vienu reizi gadā. Somijā, Zviedrijā un Norvēģijā klients var noslēgt jaunu vienošanos mutiski vai elektroniski, bet Dānijā klientam ir faktiski jāparaksta līgums. Kā norādīts pētījumā, piegādātāju maiņas šķēršļu samazināšana ir priekšnosacījums efektīvam elektrības tirgum.Pirmajos gados, kad Austrijā tika atļauts izvēlēties elektrības piegādātāju, elektrības mazumtirdzniecības tirgū bija novērojami salīdzinoši zemi piegādātāju maiņas rādītāji mazo klientu segmentā (aptuveni 5 %), savukārt lielo klientu segmentā šis rādītājs bija 25 %. Piegādātāju maiņu, īpaši mazajiem klientiem, apgrūtina, piemēram, neskaidra informācija par cenu, ko piegādātāji norāda elektroenerģijas rēķinos, piemēram, norādot tikai vienu kopēju summu, kurā ieskaitītas visas maksas, ierobežojoši līgumu noteikumi, ar kuriem klienti tiek piesaistīti uz līguma darbības laiku, un lojalitātes atlaides, kas mazina stimulu mainīt piegādātāju. Līdzīgu iemeslu dēļ piegādātāja maiņa ir neliela arī dabasgāzes nozarē. |

###### 4.3. Atbilstoša 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 preci, piegādātāja reputāciju, mutiski nodoto informāciju un internetā atrodamos trešo personu sagatavotos pārskatus. Ja šos mehānismus izmanto kopā, tad patērētāji parasti var efektīvi iegūt informāciju, kas tiem ir nepieciešama, 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 atcelta 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 atcelšanas 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 atcelšanu 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 alternatīvām iespējam, patērētāji izvērtē tiem piedāvāto produkciju. Informācija, kas patērētājiem tiek sniegta pirms iegādes, palīdzēs viņiem izvēlēties starp dažādiem piedāvājumiem.[[43]](#footnote-43)39 Ja patērētājiem pieejamā informācija nav atbilstīga, pastāv lielāks risks, ka patērētāja izvēles būs neveiksmīgas. 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.

#### 5. Rezumējums

Iepriekš 4. nodaļā mēs apspriedām dažādus noteikumu un normatīvo aktu veidus, kurus var pieņemt valdības un profesionālās organizācijas. Īsumā izvērtējām 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 minējām 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 dažādām bažām, kas pastāv attiecībā uz valsts un profesionālo organizāciju pieņemto noteikumu un normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci, mēs izmantojām 3. nodaļā minētos jēdzienus un satvaru. Nākamajā nodaļā izveidosim vispārēju satvaru, kuru var izmantot, lai gūtu labāku izpratni par konkrēta noteikuma vai normatīvā akta ietekmi uz konkurenci, un 6. nodaļā apspriedīsim divu posmu procesu, kuru var izmantot, lai precīzāk izvērtētu iespējamās konkurences problēmas.

# 5. nodaļa

### Vispārējs satvars normatīvo aktu ietekmes uz konkurenci novērtēšanai

Izmantojot 3. nodaļā izklāstītos jēdzienus un satvaru, var izveidot elastīgu un analītisku metodi, lai novērtētu dažādu 4. nodaļā minētu normatīvo aktu un valdības iejaukšanās pasākumu veidu ietekmi uz konkurenci. Jēdzieniem un satvaram, kas izklāstīts 3. nodaļā, piemīt elastība, jo tos var izmantot, lai novērtētu dažādu normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci ļoti atšķirīgās nozarēs un tirgos. Šīs nodaļas galvenais mērķis ir noteikt plašu satvaru, kuru amatpersonas un ekonomisti, kas darbojas regulējuma jomā, var izmantot, lai iegūtu pilnīgāku izpratni par problēmām, kas ir saistītas ar konkurenci, un ar kuru var novērtēt normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci. Pēc plašā satvara apspriešanas šajā nodaļā konkrētāks divu posmu process, kuru var izmantot normatīvo aktu novērtēšanai, tiks apspriests 6. nodaļā.

Saskaņā ar vispārēju principu amatpersonām ir jāpievērš uzmanība trim svarīgiem aspektiem, lai uzsāktu novērtēšanas procesu. 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 ierobežojumus 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 tostarp 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 šķēršļiem, kas saistīti ar ***zaudētām izmaksām***, piemēram, būtiskiem reklāmas vai pētniecības un attīstības izdevumiem, kas rodas uzņēmumam, kurš vēlas konkurēt tirgū. Piemēram, ja attiecīgā tirgus preču vai pakalpojumu dēļ ir nepieciešami 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 iespējamos jaunos tirgus dalībniekus;
	+ ***tirgū pārstāvēto uzņēmumu uzvedību***. Vai agrāk ir bijuši gadījumi, kad tirgū dominējošo uzņēmumu rīcība apgrūtina 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. nodaļas 2.4. punktā, kontroles pasākumi attiecībā uz cenām, kuras uzņēmumiem ir atļauts iekasēt par savu produkciju, var izraisīt plašas sekas, piemēram, zemāku produkta kvalitāti un mazāku daudzveidību, mazāku jauno tirgus dalībnieku skaitu, pazeminātu ražošanas efektivitāti un lēnāku jauno tehnoloģiju ieviešanu. Ņemot to vērā, tad, ja tiek paredzēti cenas ierobežojumi, tie ir jāvērtē skeptiski, un ir rūpīgi jāizvērtē alternatīvie risinājumi, kuriem ilgtermiņā nav tik nelabvēlīgas ietekmes uz tirgus darbību.

Iepriekš minētie apsvērumi laikus sniegs 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. Svarīgi atzīmēt, ka konkurenci var būtiski ietekmēt dažādu šķēršļu kombinācija ; šāda ietekme var nebūt pamanāma, ja uzmanība tiek pievērsta tikai konkrētam šķērslim.

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

#### 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.

i) Kādas ir sedzamo izmaksu komponentes?

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

iii) Cik lieli ir izdevumi salīdzinājumā ar uzņēmumu gada pārdošanas ieņēmumiem?

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

v) Vai atbilde uz iii) jautājumu ir atkarīga no uzņēmuma kapitāla vecuma (jauns kapitāls pretstatā vecam kapitālam)? Vai, piemēram, nelabvēlīgāka ietekme ir 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 izdevumus pašreizējiem tirgus dalībniekiem.

i) Vai šo izdevumu dēļ uzņēmumi būs spiesti iziet no tirgus?

ii) Kuru uzņēmumu iziešana no tirgus ir paredzama ar augstāku ticamību?

iii) Vai var secināt par to, vai no tirgus izies mazi vai lieli uzņēmumi? Vai var secināt par to, vai no tirgus izies uzņēmumi ar vecākām ražošanas iekārtām?

iv) Saprotot to, kādi uzņēmumi (ja tādi vispār būs) varētu iziet no tirgus, tiek gūts priekšstats par paredzamajām izmaiņām tirgus struktūrā.

* + Novērtējiet attiecīgā regulējuma ietekmi uz tirgū pārstāvēto uzņēmumu potenciālo konkurenci kropļojošo uzvedību. Piemēram, ja attiecīgie noteikumi sekmē sadarbību un informācijas apmaiņu, tad tie var izraisīt slepenu vienošanos starp tirgū esošajiem uzņēmumiem – cenu noteikšanu, daudzuma ierobežojumus un tirgus daļu sadalīšanu. Lai arī cīņa pret slepenu vienošanos veidošanu ietilpst konkurences tiesību aizsardzības jomā, ir lietderīgi skaidri uzsvērt to, ka vienošanās par cenu noteikšanu un slepenas vienošanās ir pretlikumīgas. Visbeidzot, informācija par to, ka iepriekš konkrētajā tirgū ir pastāvējušas slepenas vienošanās, ir jāņem vērā lēmumu pieņemšanā.

#### 2. Novērtējiet ietekmi uz jauno uzņēmumu ienākšanu tirgū

Iepriekš 3. nodaļā ir apspriesti 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 regulējums, kas ierobežo aptieku skaitu uz 5000 cilvēkiem, tas attiecas uz visām aptiekām, un šāds regulējums ļoti tieši ierobežos konkurenci tirgū;
	+ konkrēta veida uzņēmumu ienākšanu tirgū, piemēram, jaunu uzņēmumu/jaunu ražotņu kategoriju? Pieņemsim, ka stājas spēkā jaunas prasības vides jomā, kuru dēļ ir nepieciešami 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 jaunos tirgus dalībniekus, kas ir jauni uzņēmumi ar jaunu ražotni, nevis tos jaunos tirgus dalībniekus, kuri paplašina savu darbību. Ietekme uz konkurenci šajā gadījumā var būt sarežģītāka, jo, piemēram, izraisot dažu lielu uzņēmumu parādīšanos, tiek sekmēta slepenu vienošanos slēgšana.

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

#### 3. Novērtējiet ietekmi uz cenām un ražošanu

Šeit aplūkosim iespējamos veidus, kā attiecīgie noteikumi var *palielināt* preču un pakalpojumu cenas, kā arī ražošanu ietekmētajā(-os) tirgū(-os).

* + Noteikumos var būt paredzētas izmaksas ražotājiem. Ražošanas izmaksu pieaugums nozīmē augstākas cenas patērētājiem un mazāku ražošanu uzņēmumiem. Tas notiktu, ja, piemēram, tiktu pieņemti jauni vides vai drošības standarti, kuru dēļ uzņēmumi būtu spiesti veikt jaunus un lielus ieguldījumus. To radītais cenu pieaugums acīmredzami nav saistīts ar uzvedību, kas būtu vērsta pret konkurenci. Tomēr to būtu lietderīgi ņemt vērā, vērtējot, cik lielu daļu no kopējā cenu pieauguma var veidot izmaksu palielināšanās salīdzinājumā ar iespējamo konkurenci kropļojošo uzvedību 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, 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.

Tādēļ būs svarīgi apzināt šos dažādos veidus un iegūt skaidras atbildes uz šādiem jautājumiem:

* + vai palielināsies cenas patērētājiem?
	+ ja atbilde ir apstiprinoša, tad kādiem faktoriem būs vislielākā ietekme uz cenas pieaugumu?
		- vai palielināsies ražošanas izmaksas?
		- vai palielināsies tirgus vara?
		- kāda ir konkurenci kropļojošas uzvedības iespējamība?

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 jāveic lieli ieguldījumi, lai atbilstu jaunajiem standartiem. Tomēr, kā jau minējām iepriekš, pastāv iespēja, ka jauno standartu dēļ no tirgus aiziet vairāki uzņēmumi un tirgū ienāk mazāk jaunu uzņēmumu, kas 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 palielinās mazākas konkurences dēļ. Izvērtējot regulatīvos priekšlikumus, ir jāņem vērā šāda iespējama sarežģīta ietekme un jācenšas izprast ar to saistītās problēmas.

#### 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 tai būs negatīva ietekme uz kvalitāti un daudzveidību, un, ja atbilde ir apstiprinoša, būs jānosaka, vai tā atbilst tā dēvētajai “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 iemesli būs rūpīgi jāizsver, ņemot vērā galvenos regulācijas sociālekonomiskos mērķus.

#### 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 uzņēmumu 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 stimuls būt inovatīvam un darboties rentablāk;
		- ierobežojumi saistībā ar preču un pakalpojumu plūsmu starp dažādiem reģioniem var samazināt konkurenci reģionos un sekmēt neefektīvas ražošanas struktūras.
	+ Ja regulējumā ir stingri aprakstīta konkrēta uzņēmējdarbības metode, piemēram, noteikts, ka darbības pamatā ir jābūt tradicionāliem pakalpojumu sniegšanas vai preču nodrošināšanas paņēmieniem, tas var liegt uzņēmumiem pārņemt jaunu tehnoloģiju un uzņēmējdarbības modeļus. Piemēram:
		- prasība nodrošināt tiešu piegādātāja saskarsmi ar patērētājiem ierobežo pakalpojumu sniegšanu tiešsaistē.

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.

#### 6. Novērtējiet ietekmi uz tirgus izaugsmi

Pastāv divi galvenie regulējuma aspekti, kas var nelabvēlīgi ietekmēt *izaugsmi*:

* + 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.

#### 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 nākamos tirgus posmus. Piemēram, pieņemsim, ka tiek noteiktas prasības samazināt automobiļu emisiju daudzumu un, lai izpildītu jaunos standartus, palielinās autoražotāju ražošanas izmaksas. Kaut arī šādām prasībām būs acīmredzama tieša ietekme uz ražošanu un cenām autobūves nozarē, tās netieši ietekmēs arī daudzveidību tirgos, piemēram, automobiļu tirgotājus, gumijas, tērauda un elektronisko ierīču piegādātājus u. c.. Turklāt šādas prasības ietekmēs arī naftas rūpniecības nozari, jo, lai izpildītu jaunos 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 varētu rasties būtisks nepietiekams novērtējums par nelabvēlīgo ietekmi uz konkurenci un labklājību.[[44]](#footnote-44)1

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, iepriekš 1.–6. punktā minētie jautājumi būs jāizvērtē attiecībā uz katru saistīto tirgu, kuru šāda ietekme skar.

#### 8. Kopsavilkums par attiecīgā normatīvā akta ietekmi

Izklāstiet secinājumus par attiecīgo ***sākotnējo*** tirgu:

* + cenu un ražošanu;
	+ preču un pakalpojumu daudzveidību un kvalitāti;
	+ efektivitāti;
	+ inovāciju.

Izklāstiet secinājumus par tiem ***saistītajiem*** tirgiem (iepriekšējie un nākamie tirgus posmi), kuri var tikt ietekmēti. Saistīto tirgu novērtējumu veic tikai tad, ja tiek konstatēta būtiska nelabvēlīga ietekme uz konkurenci sākotnējā tirgū, ievērojot iepriekš 7. punktā 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.

#### 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 par alternatīvu veidiem, ir citi gadījumi, kad šie jautājumi ir sarežģītāki un katrs no tiem būs jāizvērtē atsevišķi. Aplūkosim hipotētisku piemēru.

* + **Ierobežojums** – jebkādas *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.

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, kuras var apsvērt (papildu informācija par turpmāk izklāstītajiem punktiem ir pieejama 4. nodaļas 2.3. punktā 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 noteikumu piemērošana, pamatojoties uz uzņēmuma kapitāla vecumu. 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 vienlaicīgi minimālu ierobežojumu paredzēšanu.

Noslēgsim šo nodaļu ar vienu svarīgu jautājumu. Problēma, kas pastāv saistībā ar daudziem noteikumiem un normatīvajiem aktiem, ir tā, ka, lai arī normatīvie akti var sniegt labumu noteiktā laikā un apstākļos, tomēr tie mēdz palikt spēkā pārāk ilgi un kļūt protekcionistiski. Šāda situācija, piemēram, daudzās valstīs ir vērojama saistībā ar aptiekām, dažādiem noteikumiem par mazumtirdzniecības veikalu darbību un saistībā ar profesionālajām organizācijām. Šāda problēma pastāv arī 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, noteikumu vai normatīvā akta piemērošanas termiņš ir jānosaka atbilstoši konkrētajām vajadzībām, un tas nedrīkst būt ilgāks par nepieciešamo, vai arī normatīvajā aktā var iekļaut novērtējuma punktus, kas nosaka prasību pārbaudīt regulējuma ietekmi un regulējuma ietekmi pēc noteikta laika posma, atceļot regulējumu, ja tā galarezultāts nav labvēlīgs.

# 6. nodaļa

### Novērtēšanas posmi

Ietekmes uz konkurenci novērtēšanai būs divi posmi. 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, būs 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.

#### 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, proti, iepriekšējos un nākamajos tirgus posmos (kā norādīts 5. nodaļas 7. punktā). Sākotnējā novērtēšanā padziļināta datu izmantošana un to analīze netiek gaidīta.

Lai veiktu sākotnējo novērtējumu, amatpersona var izmantot nodaļā iekļauto *konkurences pārbaudes lapu* un pārbaudīt, vai regulējuma priekšlikumam ir ievērojams konkurences kropļošanas potenciāls. Konkurences kontrolsaraksts piedāvā vairākus vienkāršus jautājumus, ar kuru palīdzību var pārbaudīt, vai ir iespējama negatīva ietekme uz konkurenci, un tam nav nepieciešamas 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 atbilde uz **kādu** konkurences pārbaudes lapas jautājumu ir “jā”, tad ir pamats veikt sīkāku attiecīgo noteikumu vai normatīvā akta izvērtēšanu, jo šāda atbilde var liecināt par būtisku konkurences problēmu. Šādā gadījumā veic “pilnīgu novērtēšanu”, kā norādīts turpmāk 2. punktā.

Daudzi normatīvie akti nereti ir sarežģīti struktūras ziņā (piemēram, 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 tad, ja 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 pārredzamas.
	+ ***Ierobežojumi ienākšanai tirgū*** ir jāuztver ar skepsi, ja vien nepastāv pamatoti sabiedrības interešu apsvērumi.

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. nodaļas 2.4. punktā, no cenu ierobežojumiem ir jāatturas vienmēr, kad tas ir iespējams.

#### 2. Pilnīga novērtēšana

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 tirgū pārstāvētajiem uzņēmumiem un potenciālajiem jauniem tirgus dalībniekiem rada attiecīgais regulējums, ir būtisks jautājums, un parasti tas tiks aplūkots sīkāk standartizētākā regulējuma ietekmes analīzes ieguvumu un izmaksu analīzē. 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 ziņā pastāv skaidra sinerģija starp regulējuma ietekmes analīzes standarta procesu un konkurences novērtējumu, jo regulējumos noteiktais izmaksu novērtējums ir daļa no ieguvumu un izmaksu standarta regulatīvā novērtējuma. Datus un informāciju, kas iegūta regulatīvajā novērtēšanā, var izmantot, lai novērtētu radītās izmaksas, kā arī to, vai šīs izmaksas var būt asimetriskas.

Dažos gadījumos būs vieglāk veikt izmaksu novērtēšanu, bet citos gadījumos 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 par katru gadījumu 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 iekļaut arī tādus normatīvos aktus, kuri netieši ierobežo ienākšanu tirgū – tie tostarp ir normatīvie akti, kuri nosaka saturu un standartus, paredz izņēmuma noteikumus, piešķir subsīdijas, nosaka valsts uzņēmumiem labvēlīgu politiku, piešķir vai pagarina ekskluzīvās tiesības, paredz piegādātāja maiņas izmaksas un veic produkta pozicionēšanas maiņu.

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

Šajā kategorijā būtu iekļauta 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. palielināt preču un pakalpojumu cenas

Secinājumi par šo punktu daļēji būs atkarīgi no secinājumiem 1. un 2. punktā. Piemēram, ja konkrēts ierobežojums var samazināt ienākšanu tirgū vai piespiest iziet no tā, tad pastāv iespēja, ka tāpēc var palielināties cenas. Turklāt cenas var paaugstināties, ja ir noteikti reklamēšanas ierobežojumi; ja mehānismi, kas veicina pastiprinātu sadarbību starp uzņēmumiem, izraisa slepenas vienošanās; ja pašregulācijas mehānismu darbības rezultātā notiek cenu saskaņošana un rodas slepenas vienošanās; 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 iepriekš 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. Iepriekš 3. nodaļā tika apspriesti ar tirgus noteikšanu un tirgus koncentrāciju saistīti jautājumi, un A papildinājumā ir izklāstīti mērījumu veikšanas jautājumi. Kā jau šajā dokumentā ir norādīts iepriekš, ir svarīgi ņemt vērā, kā, 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 uzvedību saistībā ar konkurenci. Piemēram, liela koncentrācija konkrētajā tirgū un lieli šķēršļi ienākšanai tirgū nozīmēs to, ka būtiski pieaug tirgus varas iespējamība.

6. samazināt inovāciju

Vispārēji norādījumi par šo jautājumu ir izklāstīti 5. nodaļā. 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. Arī tad, ja regulatīvo prasību izpildīšanai ir nepieciešamas lielas izmaksas, tad uzņēmumi var būt spiesti novirzīt inovācijām izmantotos resursus, lai izpildītu regulatīvos mērķus.

7. ietekmēt iepriekšējos un nākamos tirgus posmus

Šis jautājums tika apspriests 5. nodaļas 7. punktā. Ietekmi uz saistītajiem tirgiem var novērtēt divos posmos, tāpat kā tas tika darīts saistībā ar primāro tirgu.

#### 3. Piedāvātās alternatīvas

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

# 7. nodaļa

### Secinājumi

Svarīgu ekonomisko mērķu sasniegšanu var veicināt tas, ka, novērtējot noteikumu un normatīvo aktu ietekmi uz konkurenci tirgū, tiek skaidri paturēti prātā plašāki normatīvo aktu sociālie un ekonomiskie mērķi. Ekonomika attīstās, ja tirgos ir salīdzinoši liela konkurence, jo tādējādi uzņēmumi ir spiesti būt efektīvāki un inovatīvi. Ilgtermiņā tas var sniegt 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 sniegt ievērojamu labumu. Pēdējā laikā daudzu valstu valdības ir uzsākušas īstenot pasākumus, lai novērtētu dažādu normatīvo aktu priekšrocības un trūkumus un tādējādi samazinātu kaitējumu ekonomikas izaugsmei un labklājībai.

Lai arī iniciatīvas, kuru mērķis ir uzlabot normatīvo aktu efektivitāti, kļūst aizvien populārākas, tomēr ir salīdzinoši maz norādījumu par to, kā novērtēt dažādu noteikumu, normatīvo aktu un valdības iejaukšanās pasākumu ietekmi uz konkurenci. Šim dokumentam ir būtiska nozīme šā trūkuma novēršanā.

Šajā dokumentā ir izmantoti jēdzieni un sistēma, ko lieto konkurences tiesību piemērošanā, lai gūtu izpratni par svarīgākajiem konkurences jautājumiem. Dokumentā ir apspriesti dažādu veidu noteikumi, normatīvie akti un valdības iejaukšanās pasākumi, kuri var pārmērīgi ierobežot konkurenci, un izklāstīts vispārējs ietekmes uz konkurenci novērtēšanas satvars, lai sniegtu norādījumus par to, kā regulatori un valsts politiku veidojošās amatpersonas var novērtēt ietekmi uz konkurenci. 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 valdību un profesionālo organizāciju darbību ietekmi uz tirgu, gūtu priekšstatu par konkurences jautājumiem. No vienas puses, šajā dokumentā izklāstīto pieeju varētu iekļaut plašākā regulatīvās ietekmes analīzē. Paredzams, ka šādā gadījumā detalizētu konkurences novērtējumu būs vērts veikt tikai tajos gadījumos, kad ir iespējama ievērojama nelabvēlīga ietekme uz konkurences apstākļiem. 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 sējumā izklāstītais konkurences novērtēšanas satvars var palīdzēt amatpersonām pilnveidot zināšanas par konkurences tiesību piemērošanas jēdzieniem un rīkiem un izmantot tos normatīvo aktu ietekmes novērtēšanai.

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 var sekmēt uzlabojumus patērētāju labklājībā un veicināt ekonomikas izaugsmi.

# Atsauces

Annan, R. (2005), “Merger Remedies in Canada”, Annual Competition Law Conference, Canadian Bar Association, Kvebeka, 4. novembris, www.goodmans.ca/Doc/Merger\_Remedies\_in\_Canada

Ascher, B. (2004), “Toward a Borderless Market for Professional Services”, American Antitrust Institute.

Austrālijas valdība (2004), *“*Australian Government Competitive Neutrality Guidelines for Managers”, 2004. gada februāris, https://consult.treasury.gov.au/market-and-competition-policy-division/competitive-neutrality-review/supporting\_documents/2004%20Competitive%20Neutrality%20Guidelines%20for%20Managers%20AGCN\_guide\_v4.pdf

Austrālijas valdība (1995), “Competition Principles Agreement,” 5. punkta 1. apakšpunkts, www.coag.gov.au/about-coag/agreements/competition- principles-agreement

Austrālijas valdība (1993), “National Competition Policy: Report by the Independent Inquiry (the Hilmer Report)*”, Australian government publishing service, Canberra www.australiancompetitionlaw.org/reports/1993hilmer.html*

Becker, R. un V. Henderson (2000), “Effects of Air Quality Regulation on Polluting Industries”, *Journal of Political Economy,* 108. sējums, www.jstor.org/stable/10.1086/262123

Bhattacharjea, A. (2003), “India's Competition Policy: An Assessment”, http://ssrn.com/abstract=440080

Bertrand, M. un F. Kramarz (2002), “Does Entry Regulation Hinder Job Creation? Evidence from the French Retail Industry”, *The Quarterly Journal of Economics*, 117. sējums, 4. izdevums, 2002. gada 1. novembris, 1369.–1413. lpp., https://doi.org/10.1162/003355302320935052

Bresnahan, T. un P. Reiss (1991), “Entry and Competition in Concentrated Markets,” *Journal of Political Economy* 99, 977.–1009. lpp., http://dx.doi.org/10.1086/261786.

Brueckner, J. K. (2004), “Network structure and airline scheduling”, *Journal of Industrial Economics 52*, 291.–312. lpp.

Bush, N. (2006), “Chinese Competition Policy: It Takes More than a Law” *China Business Review*.

Camerer, C.F. et al. (2003), “Regulation for Conservatives: Behavioral Economics and the Case for ‘Assymetric Paternalism’ ”, University of Pennsylvania Law Review 151, 1211.–1254. lpp., http://scholarship.law.upenn.edu/penn\_law\_review/vol151/iss3/15

Cassidy, B. (2001), “Can Australian and US Competition Policies Be Harmonised?”, Speech, Australian Competition and Consumer Commission, www.accc.gov.au/speech/can-australian-us- competition-policy-be-harmonised

Cavaliere, A. un F. F. Silvestri (2000), “Voluntary Agreements as Information Sharing Devices: Competition, Environmental Regulation and Welfare,” FEEM Working paper No. 71, https://ssrn.com/abstract=248112

Caves, R. (1998), “Industrial Organization and New Findings on the Turnover and Mobility of Firms,” *Journal of Economic Literature*, 1947.–1982. lpp., www.jstor.org/stable/2565044

Clyde, P. S. un J. D. Reitzes (1995), “The Effectiveness of Collusion under Antitrust Immunity: The Case of Liner Shipping Conferences”, United States Federal Trade Commission, Bureau of Economics Staff Report, www.ftc.gov/sites/default/files/documents/reports/effectiveness-collusion-under-antitrust-immunity-case-liner-shipping- conferences/232349.pdf

Czech Business Weekly (2006), “Beer Spat Brewing in E.U.”, 2006. gada janvāris

Deighton-Smith, R., B. Harris un K. Pearson (2001) & National Competition Council (Australia), “Reforming the Regulation of the Professions: Staff Discussion Paper”, Melburna, National Competition Council, http://nla.gov.au/nla.cat-vn204029

Djankov, S., R. La Porta, F. Lopez-de-Silanes un A. Schleifer (2002), “The regulation of entry”, *Quarterly Journal of Economics 117 (*1.–37. lpp.), MIT Press, https://doi.org/10.1162/003355302753399436

Dunne, T., M. Roberts un L. Samuelson (1988), “Patterns of Firm Entry and Exit in U.S. Manufacturing,” *RAND Journal of Economics 19*, 495.–515. lpp., www.jstor.org/stable/2555454

Eekhoff, J. (2004), “Competition Policy in Europe*”*, Springer, Berlīne, https://doi.org/10.1007/978-3-540-24712-8

Engman, L. (1974), “Address by Lewis Engman, Chairman of the US Federal Trade Commission, before the Fall Conference of the Financial Analysts Federation”, Detroita, Mičigānas štats, 1974. gada 7. oktobris.

Ennis, S. F. (2006), “Competition and Price Dispersion in International Long- Distance Calling”, *Journal of Regulatory Economics 29*, 303.–317. lpp., https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.272141

Eiropas Komisija (1996), DGXV ziņojums, “The Role, Position and Liability of the Statutory Auditor in the European Union*”*, https://publications.europa.eu/s/dM7Q

Fazzari, S., R. G. Hubbard un B. Peterson (1988), ‘‘Financing Constraints and Corporate Investment’’, *Brookings Papers on Economic Activity* 1, 141.–195. lpp., www.nber.org/papers/w2387.pdf

Financial Times (2006), “GM Products Approved as Brussels Overhauls Food Safety Body”, 2006. gada 14. aprīlis

Friederiszick H. W., L.-H. Röller un V. Verouden (2007) “European State Aid Control: an economic framework”, *Handbook of Antitrust Economics*, Paolo Buccirossi, red., MIT Press 2007, pieejams tīmekļa vietnē http://ec.europa.eu/dgs/competition/economist/esac.pdf.

Gabaix, X., D. Laibson un H. Li, (2005), “Extreme Value Theory and the Effects of Competition on Profits” darba dokuments, http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.498.8260& rep=rep1&type=pdf

Ghosal, V. (2007), “Discovering Cartels: Dynamic Interrelationships between Civil and Criminal Antitrust Investigations,” *Journal of Competition Law and Economics*, http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.961415

Ghosal, V. (2006), “Regime Shift in Antitrust”, darba dokuments, Georgia Institute of Technology, https://mpra.ub.uni- muenchen.de/5460/1/MPRA\_paper\_5460.pdf

Ghosal, V. (2002), “Competition in International Postal Markets: Should the Universal Postal Union’s Anti-Remail Provisions be Repealed?” *World Competition Law and Economics Review*, 205.–222. lpp., https://ssrn.com/abstract=303762

Glaeser, E., un A. Schleifer (2001), “A case for Quantity Regulation”, National Bureau of Economic Research, NBER Working Paper No. 8184, https://ssrn.com/abstract=264438

Goodpaster, G. un D. Ray (2000), “Trade and Citizenship Barriers and Decentralization,” *The Indonesian Quarterly* 3, septembra izdevums.

Goodwin, E. (2001),“Quantitative Restrictions and EC Environmental Law,” Environmental Focus, University of Nottingham School of Law.

Greenberg, P. A. (2000), “Six Airlines Target Priceline with Travel Site”, *E-Commerce Times*, 29. jūnijs, www.ecommercetimes.com/story/3676.html

Harding, C. un J. Joshua (2004), “Regulating cartels in Europe: A study of Legal Control of Corporate Delinquency”, Kembridža, Oxford University Press, https://doi.org/10.1017/S0008197304266752

Hay, G. un D. Kelley (1974), “Empirical Survey of Price-Fixing Conspiracies,” *Journal of Law and Economics* 17, 1974. gads, 13.–38. lpp., http://scholarship.law.cornell.edu/facpub/1121

Homma, T. (2002), “Japan Fair Trade Commission’s Grand Design for Competition Policy in the 21st Century”, komisāra runa, https://www.jftc.go.jp/en/policy\_enforcement/speeches/2002\_files/Gr andDesign0211.pdf

IATA (2004), “Comments on DG-Competition Consultation Paper Concerning Commission Regulation 1617/93*”*, Starptautiskās Gaisa transporta asociācijas nekonfidenciālā redakcija, http://ec.europa.eu/competition/antitrust/others/1617/iata.pdf

Jaffe, A. B. (1996), “Economic Analysis of Research Spillovers Implications for the Advanced Technology Program*”,* Brandeis University and National Bureau of Economic Research*,* https://ntrl.ntis.gov/NTRL/dashboard/searchResults/titleDetail/PB2007105379.xhtml.

Jaguar Consulting Pty Ltd (2003), “Identification and Examination of Best Practice Principles for National Regulation”, dokuments sagatavots Valsts Transporta komisijas vajadzībām, Austrālija, 2003. gads.

King, R. O. (2003), “Medical Malpractice Liability Insurance and the McCarran-Ferguson Act”, ziņojums, 19. marts, Vašingtona Kolumbijas apgabalā, Library of Congress, Congressional Research Service, https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc822656/

Kleiner, M. un R. Kurdle (2000), “Does Regulation Affect Economic Outcomes”, *Journal of Law and Economics* 43, 547.–582. lpp., https://ssrn.com/abstract=204233

Lacko, J. un J. K. Pappalardo (2007), “Improving Consumer Mortgage Disclosures – An Empirical Assessment of Current and Prototype Disclosure Forms*”,* Staff report of the Federal Trade Commission’s Bureau of Economics, www.ftc.gov/reports/improving-consumer-mortgage-disclosures-empirical-assessment-current-prototype-disclosure

Langley, Allison (2003), “The Growing Problem of Obesity Means that American Food Companies Must Face Increasing Scrutiny Abroad,” *New York Times News Service*, 9. augusts.

Legnetti, Paul (1992), “Success Stories in Ink, Paint and Plastics Applications,” Presented at the Annual Conference on Hazardous Waste Minimization and Environmental Regulation,” 22–24. septembris, http://infohouse.p2ric.org/ref/01/00630.pdf

Lexchin, J. (2003), “Voluntary Self-Regulatory Codes: What Should We Expect?”, *The American Journal of Bioethics 3,* 49.–50. lpp., https://doi.org/10.1162/15265160360706570

Littlefield, T. R. (2004), “FDA Regulation of Cranial Remodeling Devices,” *Journal of Prosthetics and Orthotics* 16, 35.–38. lpp., http://journals.lww.com/jpojournal/Fulltext/2004/10001/FDA\_Regulation\_of\_Cranial\_Remodeling\_Devices.11.aspx

MacAvoy, P. (1992), “Industry Regulation and the Performance of the American Economy”, Ņujorka, W. W. Norton.

McKinsey Global Institute (1994), “Employment Performance”, Vašingtona Kolumbijas apgabalā, McKinsey and Company, www.mckinsey.com/global-themes/employment-and-growth/employment-performance

Motta, M. (2004), “Competition Policy*”,* Cambridge University Press, https://EconPapers.repec.org/RePEc:cup:cbooks:9780521816632

Muris, T. J. (2002), “Creating a Culture of Competition: The Essential Role of Competition Advocacy,” Prepared Remarks before International Competition Network, Panel on Competition Advocacy and Antitrust Authorities, Neapole, Itālija, www.ftc.gov/public- statements/2002/09/creating-culture-competition-essential-role-competition-advocacy

Metz R. (1974), “F.T.C. Chief Calls Role of Agencies Inflationary”, *N.Y. times*, 8. oktobris

Netz, J. (2000), “Price Regulation: A (Non-Technical) Overview,” Bouckaert, Boudewijn un De Geest, Gerrit (red.), Encyclopedia of Law and Economics, III sējums, The Regulation of Contracts.

Cheltenham, Edward Elgar.

NordREG (2006), “The Integrated Nordic End-User Electricity Market: Feasibility and Identified Obstacles,” Nordic Energy Regulators, www.nordicenergyregulators.org/wp-content/uploads/2013/02/NordREG\_Integrated\_End\_user\_Market\_2\_2006.pdf

ESAO (2019), “Recommendation of the Council on Competition Assessment”, https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0455

ESAO (2014a), “OECD Competition Assessment Reviews: Greece”, ESAO, Parīze, www.oecd.org/daf/competition/Greece-Competition-Assessment-2013.pdf

ESAO (2014b), “Experiences with Competition Assessment: Report on the Implementation of the 2009 OECD Recommendation”, ESAO, Parīze, www.oecd.org/daf/competition/Comp-Assessment-ImplementationReport2014.pdf

ESAO (2012), “Competitive Neutrality: Maintaining a Level Playing Field between Public and Private Business*”*, OECD Publishing, Parīze. http://dx.doi.org/10.1787/9789264178953-en

ESAO (2010), “Consumer Policy Toolkit*”*, OECD Publishing, Parīze. http://dx.doi.org/10.1787/9789264079663-en

ESAO (2009) “Environmental Policy Framework Conditions, Innovation and Technology Transfer”, https://one.oecd.org/document/ENV/EPOC/WPNEP(2009)2/FINAL/en/pdf

ESAO (2008), “Enhancing competition in telecommunications: protecting and empowering consumers”, www.oecd.org/sti/consumer/40679279.pdf

ESAO (2005a), “Guiding Principles for Regulatory Quality and Performance*”*, ESAO, Parīze, www.oecd.org/regreform/sectors/37318586.pdf

ESAO (2005b), “Competition on Merits*”*, *Best Practice Roundtables on Competition Policy*, www.oecd.org/competition/abuse/35911017.pdf

ESAO (2005c), “Corporate Governance of State-Owned Enterprises: A Survey of OECD Countries*”*, OECD Publishing, Parīze. http://dx.doi.org/10.1787/9789264009431-en

ESAO (2004), “Regulatory Impact Analysis (RIA) Inventory*”*, ESAO, Parīze, www.oecd.org/gov/regulatory-policy/35258430.pdf

ESAO (2002), “Regulatory Policies in OECD Countries: from Interventionism to Regulatory Governance*”*, OECD Publishing, Parīze, http://dx.doi.org/10.1787/9789264177437-en

ESAO (2000), “Competition and Regulation Issues in the Pharmaceuticals Industry*”*, *Best Practice Roundtables on Competition Policy*, www.oecd.org/competition/sectors/1920540.pdf

ESAO (1999a), “Regulatory Reform in Japan: The Role of Competition Policy in Regulatory Reform*”,* ESAO, Parīze, www.oecd.org/daf/competition/sectors/2497259.pdf

ESAO (1999b), “Competition in Local Services: Solid Waste Management”, *Best Practice Roundtables on Competition Policy*, www.oecd.org/competition/sectors/1920304.pdf

ESAO (1997), “The OECD Report on Regulatory Reform: Synthesis*”*, ESAO, Parīze, www.oecd.org/gov/regulatory-policy/2391768.pdf

Ogando, J. (2003), “Safety Nets,” *Design News*.

Panchapakesan, B. (2003), “Repositioning in Tough Economic Times,” *PaperAge*, 34.–37. lpp.

Perloff, J. M. un S. C. Salop (1985), “Equilibrium with Product Differentiation”, *Review of Economic Studies* 52, 107.–120. lpp., https://www.jstor.org/stable/2297473?seq=1#metadata\_info\_tab\_contents

Pitofsky, R. (1998), “Self Regulation and Antitrust,” ASV Federālās Tirdzniecības komisijas priekšsēdētāja runa, D. C. Bar Association Symposium, www.ftc.gov/public-statements/1998/02/self-regulation-and-antitrust

Potter, B. (2001), “E-markets don’t match hype”, Australian Financial Review.

Productivity Commission (2005), Review of National Competition Policy Reforms, Inquiry Report No33, Austrālijas valsts savienība, Kanbera, Awww.pc.gov.au/inquiries/completed/national-competition-policy/report/ncp.pdf

Richardson, J. D. un E. M. Graham (redaktori) (1997), “Global Competition Policy*”*, Peterson Institute for International Economics.

Rubin, P. (2000), “Information Regulation (Including Regulation) of Advertising,” Bouckaert, Boudewijn un De Geest, Gerrit (redaktori), Encyclopedia of Law and Economics, III sējums, The Regulation of Contracts, Čeltenhama, Edward Elgar.

Salies, E. (2006), “A Measure of Switching Costs in the GB Electricity Retail Market,” Observatoire Français des Conjonctures Économiques, https://mpra.ub.uni-muenchen.de/28255/2/MPRA\_paper\_28255.pdf

Sappington, D. un G. Sidak (2004), “Anticompetitive Behavior by State- Owned Enterprises: Incentives and Capabilities,” *Competing with the Government: Anticompetitive Behavior and Public Enterprises*, Rick Geddes (red.), Hoover Institution.

Schiffrin, A. (2000), “Top U.S. Investment Banks under Antitrust Microscope,” http://www.cnn.com/2000/TECH/computing/12/01/banks.antitrust.idg/index.html

Sims, R. (2013), "Driving Prosperity Through Effective Competition”, runa www.accc.gov.au/speech/driving-prosperity-through-effective-competition

Stavins, R. N. (2005), Vintage-differentiated Environmental Regulation”, https://scholar.harvard.edu/files/stavins/files/vintage\_differentiated\_regulation\_by\_stavins.pdf

Stephen, F. un J. Love (2000), “Regulation of the Legal Profession,” Bouckaert, Boudewijn un De Geest, Gerrit (red.), Encyclopedia of Law and Economics, III sējums, The Regulation of Contracts. Čeltenhama, Edward Elgar.

Sutton, J. (1992), *Sunk Costs and Market Structure*, Kembridža, MIT Press.

Sutton, J. (1996), *Technology and Market Structure*, Kembridža, MIT Press.

Sutton, J. (1997), “Gibrat’s Legacy,” *Journal of Economic Literature*, 40.–59. lpp., www.jstor.org/stable/2729692

Terzic, B., B. Wurm un Y. Dietrich (2000), “Germany: Taking the Lead in Electricity and Gas,” *Public Utilities Reports*, www.fortnightly.com/fortnightly/2000/01-0/germany-taking-lead-electricity-and-gas

UK OFT (2003a), “Switching Costs” , Economic Discussion Paper 5 (Annex C – case studies), *National Economic Research Associates* sagatavots ziņojums Godīgas tirdzniecības birojam un Tirdzniecības un rūpniecības departamentam, Apvienotā Karaliste.

UK OFT (2003b), “The Control of Entry Regulations and Retail Pharmacy Services in the UK”, Godīgas tirdzniecības birojs, Apvienotā Karaliste.

US FAA (1999), “Airport Business Practices and their Impact on Airline Competition,” U.S. Federal Aviation Association, Task Force Study, https://www.faa.gov/airports/aip/media/airport-business-practices-and-their-impact-on-airline-competition.pdf

US FTC (1993), “Wisconsin prohibition on joint funeral home/cemetery operation could raise prices and reduce choices for consumers, FTC cautions”, 14. septembris.

US Government Accountability Office (2004), “Transatlantic Aviation: Effects of Easing Restrictions on U.S.-European Markets”, www.gao.gov/products/GAO-04-835

US FTC (2005), “The Strength of Competition in the Sale of RX Contact Lenses: An FTC Study,” US Federal Trade Commission, www.ftc.gov/reports/strength-competition-sale-rx-contact-lenses-ftc-study

Valentine, D. (1998), “Industry Self-Regulation and Antitrust Enforcement,” ASV Federālās Tirdzniecības komisijas galvenā juriskonsulta runa, www.ftc.gov/public-statements/1998/05/industry-self-regulation-and-antitrust-enforcement-evolving-relationship

Viscusi, W. K., J. E. Harrington un J. M. Vernon (2005), “Economics of Regulation and Antitrust*”*, Kembridža, MIT Press.

Vita, M. G. (2001), “Regulatory restrictions on selective contracting: an empirical analysis of ‘any-willing-provider’ regulations,” Journal of Health Economics 20, 955.–966. lpp., https://doi.org/10.1016/S0167-6296(01)00105-9

Wadhwa, M. (2001), “Parking Space for the Poor: Restrictions Imposed on Marketing & Movement of Agricultural Goods in India,” Research Internship Papers, Centre for Civil Society, http://ccs.in/parking-space-poor-restrictions-imposed-marketing-movement-agricultural-goods-india

White, L. J. (2001), “Why is the SEC Protecting the Big Three Bond Raters?” *The American Banker*, 29. jūnijs

Wilson, C.M. un C. Waddams Price (2005), “Irrationality in Consumers’ Switching Decisions: When More Firms May Mean Less Benefit,” ESRC Centre for Competition Policy, University of East Anglia, https://econwpa.ub.uni-muenchen.de/econ-wp/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 valsts pārvaldes struktūrām, kurām ir pieredze konkurences politikas jomā.[[45]](#footnote-45)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 konkurenci kropļojošas uzvedības iespējamība un ka var tikt izmantota tirgus vara. Kā vairākkārt minēts 4. nodaļā, daudzi noteikumu un normatīvo aktu veidi var radīt šķēršļus ienākšanai tirgū, kā arī izraisīt uzņēmumu iziešanu no tirgus, tādējādi mainot tirgus struktūru. Samazinoties ienākšanai tirgū un/vai palielinoties iziešanai no tā, var būtiski palielināties tirgus koncentrācija un arī iespējamība, ka tiks izmantota tirgus vara, un konkurenci kropļojošas uzvedības iespējamība. Tā kā tirgus koncentrācija ir saistīta ar konkurenci kropļojošas uzvedības iespējamību, šo jautājumu ir lietderīgi izvērtēt formāli. Heja [*Hay*] un Kellija [*Kelley*] (1974) klasiskajā rakstā, piemēram, ir attēlota tieša saistība starp tirgu struktūru (mazs uzņēmumu skaits un augsta koncentrācija) un cenu un daudzuma saskaņošanas prakses parādīšanos (slepenas vienošanās). Kad ir formāli noteikts konkrētais tirgus, tad saskaņā ar attiecīgās valsts norādījumiem par būtiskākajiem koncentrācijas samazinājumiem var veikt novērtējumu par 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 uzvedību saistībā ar konkurenci.

Pēc tam tiek veikts konkrētā (ekonomiski nozīmīgā) tirgus noteikšanas process. Galvenais jautājums, kas ir jāuzdod: “Vai viena uzņēmuma tirgotais produkts spēj atbilstoši aizvietot cita uzņēmuma tirgotu produktu?” Tas, ciktāl divu uzņēmumu produktus var aizvietot vienu ar otru, ir atkarīgs no tādiem faktoriem kā produktu 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 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 uzskatīts 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:

* + konkrētais produkts 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 (piemēram, Kalifornijā) var būt pietiekami atšķirīgs no šāda kopuma citā valsts daļā (piemēram, Floridā).

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

* + Ja elektroenerģijas ražotāji Kalifornijā iesaistās uzņēmējdarbības praksē, kura var kaitēt konkurencei (piemēram, cenu noteikšanā), tad paredzams, ka tam būs nelabvēlīga ietekme uz elektroenerģijas patērētājiem Kalifornijā, bet patērētājus Floridā tas 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.
	+ Iespēja piekļūt tirgū pārstāvētā uzņēmuma sakaru tīklam ir ļoti svarīga jaunajiem tirgus dalībniekiem, lai tie spētu ienākt tirgū un 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, a) starptautisko tālsarunu pakalpojumiem, b) iekšzemes sakaru pakalpojumiem un c) ātrdarbības internetu. 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 slikta – konkurence ir atkarīga no tā, cik lieli ir šķēršļi ienākšanai tirgū, un, iespējams, no tā, kāds ir dominējošais konkurences veids (piemēram, tirgus, kurā pieprasījums pārsniedz piedāvājumu, vai parasts tirgus).[[46]](#footnote-46)2
	+ ***Uzņēmumu izmēru sadalījums.*** Vai uzņēmumi konkrētajā tirgū ir salīdzinoši vienādi pēc lieluma 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, bet 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 tirdzniecība vai 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 secināt 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 uzvedību 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 pieder liela tirgus daļa, bet otrajam un trešajam uzņēmumam tirgus daļa nav daudz mazāka.* + - Ražošanas koncentrācijas rādītājs četriem uzņēmumiem (C4) = 95 %.
		- Herfindāla-Hiršmaņa indeksu (HHI) aprēķina šādi. Pieņemsim, ka tirgū ir N uzņēmumi ar kopējo izlaidi Q konkrētajā tirgū, un qi ir i-tā uzņēmuma izlaide;  Pieņemsim, ka si ir i-tā uzņēmuma tirgus daļa;  HHI aprēķina šādi:

Iepriekš aprakstītajā hipotētiskajā tirgū HHI=402+252+202+102+52=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 %. Lai arī “General Electric” pieder lielākā tirgus daļa, uzņēmumu izmēru sadalījums ir diezgan līdzīgs.* + - C4=100 %.
		- 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.* + - C4=96 %.
		- 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. (Lai arī turpmāk sniegtajos HHI aprēķinos ir pieņemta valsts tirgus esamība, tirgū, visticamāk, pastāv ģeogrāfiska segmentācija, un šajā gadījumā koncentrācijas rādītāji būs jāaprēķina katram ģeogrāfiski segmentētajam tirgum. (Šis sarežģījums šeit nav aplūkots.)* + - C4=75 %
		- 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 ir viszemākais HHI (1683). Ievērojamā HHI rādītāja atšķirība rodas tāpēc, ka “Microsoft” pieder 85 % tirgus, bet vadošajam lielveikalu tīklam “Tesco” – tikai 31 %. HHI ir labāks rādītājs nekā C4, jo tajā ņem vērā arī uzņēmumu izmēru sadalījumu. Kopumā konkurences politikas analīzē var secināt, ka tirgos ar augstāku HHI pastāv augstāka 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 ievešanai 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 jaunos 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. Piemēram, tas, ka Amerikas Savienotajās Valstīs Kalifornijas štats pieņem jaunus normatīvos aktus vides jomā un paredz izņēmuma noteikumu, visticamāk, neietekmēs tirgu Floridā. Tādējādi labāk būtu attiecīgo štatu uzskatīt par konkrētu ģeogrāfisko tirgu.
* ***Normatīvais akts.*** Pieņemsim, ka veterināriem ir aizliegts reklamēties televīzijā un internetā.
	+ ***Produkts –*** veterinārārsta pakalpojumi.
	+ ***Ģeogrāfiskais reģions –*** visa valsts teritorija. 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.[[47]](#footnote-47)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 – Herfindāla-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 nepieciešams mazāks informācijas apjoms.

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

# B pielikums

### Konkurences novērtējuma piemērs

Kā norādīts Austrālijas konkurences principu nolīguma [*Australian Competition Principles Agreement*] daļā “Likumdošanas pamatprincipi” [*Guiding Legislative Principle*] (Austrālijas valdība, 1995), konkurences novērtēšanas pamatprincips ir tāds, ka noteikumi un normatīvie akti nedrīkst ierobežot konkurenci, izņemot tad, ja var pierādīt, ka:

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

Kā jau tika minēts, konkurences novērtējumi piedāvā efektīvu, vispārēju divu posmu satvaru, kuru politikas veidotāji un valsts amatpersonas var izmantot, lai novērtētu, kāda ir vai varētu būt konkrēta noteikuma vai normatīvā akta ietekme uz konkurenci. Kā 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 faktorus, 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 uzvedību un kā tie var ietekmēt konkurenci.

**Taksometru darbību reglamentējoši normatīvie akti**

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, 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 pilsēta 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, kas 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.

Dzīves gājuma pārbaudē taksometru vadītājiem lūdz:

* + uzrādīt bankas konta pārskatu par pēdējiem pieciem gadiem;
	+ veikt veselības stāvokļa pārbaudi;
	+ veikt vadītāja soda reģistra pārbaudi;
	+ sekmīgi nokārtot vietējā autoceļu tīkla zināšanu un valodas prasmju pārbaudījumus un
	+ nogādāt pasažieru pārvadāšanai paredzēto transportlīdzekli uz pārbaudi pilsētas autodarbnīcā.

Pirms licences saņemšanas ir jānokārto dzīves gājuma pārbaude. Licenci var iegūt divos veidos – pilsētas dome izsniedz jaunas licences vai arī tirgū esošs taksometra vadītājs vēlas pārdot savu licenci. 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 diskutēšanas ar vadītāju atlaidi 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 (aizstājot jau izdotas licences īpašnieku vai iegūstot vienu no vietējās pašvaldības reti izsniegtajām papildu licencēm) ierobežo ienākšanu tirgū.

Tāpēc ir radusies ievērojama pieprasījuma un piedāvājuma nelīdzsvarotība, kas veicina to, ka uz licenci piesakās un to iegūst (par parasto cenu) spekulanti, kuri 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 “sliktus” klientus, 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 regulējumu, kā arī paredzot augstāku braukšanas maksu nakts stundās;
	+ 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 iegūt 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 taksometru pakalpojumu tirgus efektīvu darbību, garantējot drošību, kvalitāti un pieejamību visos diennakts laikos un visos gadalaikos, un
		- nodrošināt maksimālu labumu patērētājiem, ievērojot sabiedrības intereses.

###### 2.2. Regulatīvie varianti

Regulatīvie varianti ir šādi:

* + - 1. variants. Līdzšinējais stāvoklis

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 ierobežojumus ienākšanai 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 braucienu, bet tā ievieš augstāku maksu par braucieniem nakts laikā un paredz, ka maksas struktūrai ir jābūt norādītai taksometra ārpusē.

* + - 3. variants. Atcelt ierobežojumus ienākšanai tirgū un braukšanas 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. Komercpilnvaru sistēma

Ieviest komercpilnvaru sistēmu, saskaņā ar kuru visi taksometru uzņēmumi savā starpā konkurē, lai piedāvātu pakalpojumus par labāko cenas un kvalitātes attiecību. Uzņēmumiem, kuriem būs vislabākais piedāvājums, tiks piešķirta komercpilnvara, par kuru periodiski atkārtoti tiek organizēts konkurss. Piešķirot komercpilnvaru, pilsētas dome paredzēs, ka taksometru operatori ir atbildīgi par sūdzību izskatīšanu un attiecīgo problēmu atrisināšanu. Komercpilnvaru ņēmējam, kas neievēros pilsētas standartus, tiks piemērots sods un iespējama arī pilnvaru anulēšana. Tiek apsvērta iespēja piešķirt četras komercpilnvaras.

* + - 5. variants. Atcelt visu regulējumu

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. Saskaņā ar šo kritēriju var atcelt ierobežojumus šādos segmentos: pa tālruni izsaucamo taksometru tirgus, internetā izsaucamo taksometru tirgus, taksometru stāvvietas tirgus, uz ielas apturamo 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 lielas koncentrācijas (2006. gada janvārī apritē bija 2562 licences, no kurām lielākā daļa piederēja pašnodarbinātiem vadītājiem, kas izmantoja savus transportlīdzekļus) un diferenciācijas pakāpe[[48]](#footnote-48)1 ir zema, konkurence iepriekš noteiktajā tirgū ir diezgan vāja, tirgū ir radusies piedāvājuma un pieprasījuma nelīdzsvarotība (jo īpaši naktī), kā arī taksometru vadītāji acīmredzot nevelta daudz pūļu, lai uzlabotu pakalpojumu un piesaistītu vairāk klientu. Tā rezultātā:

* + - nav pietiekamas informācijas par cenu un kvalitāti, kas liedz patērētājiem izvēlēties vispiemērotāko pakalpojumu (piemēram, ja taksometrs tiek pasūtīts pa tālruni, klients nezina, kādas ir taksometra īpašības);
		- taksometru vadītāju skaita mākslīgi ierobežojumi tirgū (iepriekšējos trīs gados pilsēta palielināja pieejamo licenču skaitu tikai par 1 procentu) kavē potenciālo taksometru vadītāju ienākšanu tirgū tad, ja pakalpojumu piedāvājums ir pārāk mazs, 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.

Par to, ka pastāv cenas, kas ir augstākas par konkurences līmeni, un ir nepietiekams piedāvājums, liecina pārmērīgi augstā licenču neoficiālā tirgus cena, par kādu licences tiek tālākpārdotas jaunpienācējiem, kā arī garā licences gaidīšanas rinda.

Tomēr konkurences līmenis dažādos segmentos ir atšķirīgs. Proti, pa tālruni pasūtīto taksometru tirgū konkurence var būt samērā liela, jo klienti var ievākt un salīdzināt informāciju par cenām ar salīdzinoši zemām meklēšanas izmaksām (proti, izmantojot tālruni). Turklāt atkārtota pakalpojuma izmantošana šajā segmentā ir samērā bieža, kas 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

1. variants. Līdzšinējais stāvoklis

Licencētie vadītāji turpinātu gūt labumu no iepriekš aprakstītās vājās konkurences.

2. variants. Atcelt ierobežojumus ienākšanai 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 uz brauciena maksu, un klientiem tagad būs daudz vieglāk to novērot. Tā ietekmē tirgum vajadzētu darboties efektīvāk un patērētāji varēs veikt labāku izvēli. Turklāt, palielinoties ienākšanai tirgū, samazināsies gaidīšanas laiks, tādējādi uzlabosies pakalpojumu kvalitāte kopumā.

3. variants. Atcelt ierobežojumus ienākšanai tirgū un braukšanas 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 noslogojumu[[49]](#footnote-49)1 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.

Ņemot 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.

4. variants. Komercpilnvaru 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 veic 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).

5. variants. Atcelt visu regulējumu

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.

## 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 tiktu sagatavoti saistībā ar plašu regulatīvu pārskatīšanu, 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 uzklausīti 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 aktīvas konkurences 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 prakšu 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 atbilstoši pakalpojumi, un
		- izvairītos no nevajadzīgiem vai neproporcionāliem ierobežojumiem saistībā ar zobārstniecības pakalpojumu sniegšanu, jo īpaši tādiem ierobežojumiem, kas neatbilst sabiedrības interesēm.

###### 1.2. Pašreizējo normatīvo aktu un vides apraksts

Zobārstniecībā ievērojamai daļai pacientu valsts atlīdzina ārstēšanās 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.

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 lai visas šīs personas paliktu Vispārējās zobārstniecības padomes locekļi.

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 (pacientiem 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 tad, ja 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 uzvedības 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 veselību nesaistītos 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 noteiktas diagnozes uzstādīšanai piemērotām 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 jāpārliecinās, vai ārstam ir attiecīgā kvalifikācija, un slikta pakalpojuma gadījumā būtu jāvēršas tiesā.

Konkurences novērtējums ir jāveic, jo, izvēloties regulatīvā priekšlikuma 1. variantu, konkurence tiktu ietekmēta, kā minēta ESAO Konkurences metodiskā materiāla “Konkurences kontrolsarakstā”. Proti, izvēloties 1. variantu, tiktu “kontrolēta vai būtiski ietekmēta cena, par kādu preci vai pakalpojumu tirgū var pārdot”, un “ierobežota preču piegādātāju vai pakalpojumu sniedzēju brīvība reklamēt vai realizēt attiecīgo preci 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 atbilstoši pakalpojumi, un
		- izvairīties no nevajadzīgiem vai neproporcionāliem ierobežojumiem saistībā ar zobārstniecības pakalpojumu sniegšanu, jo īpaši tādiem ierobežojumiem, kas neatbilst sabiedrības interesēm.

###### 2.2. Regulatīvie varianti

Regulatīvie varianti ir šādi:

* + - 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 tiesību kontrolēt uzņēmējdarbības praksi, piemēram, cenas noteikšanu, reklāmu, konsultēšanu un uzņēmējdarbības organizēšanu. Uzņēmējdarbības prakses jautājumi nonāk Veselības departamenta pārraudzībā, kas rīkojas saskaņā ar principu, ka personas varēs būt pašnodarbinātas un veikt darbības, kuras tās ir sertificētas veikt, ja vien šīs personas rīkojas godprātīgi un neizmanto maldinošu reklāmu. Veselības departaments kontrolēs arī sūdzību procedūru un regulēšanu.

* + - 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 jāvēršas tiesā.

###### 2.3. Ietekmētais tirgus

Šie noteikumi tieši ietekmē zobārstniecības pakalpojumu tirgu, kurā darbojas visi profesionāļi, kas var sniegt profilaktiskus pakalpojumus (piemēram, vispārēju pārbaudi, rentgenu un analīzi), konsultēt par mutes dobuma veselību, veikt zobu protēžu fiksāciju un pārdošanu, protēžu labošanu, regulāru apkopi (piemēram, plombēšanu, ekstrakciju, zobakmens noņemšanu), komplekso apkopi (piemēram, kroņu likšanu), ortodontijas pakalpojumus, mutes dobuma ķirurģiju un kosmētisko apkopi (piemēram, 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 lielas koncentrācijas (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 diezgan vāja 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;
		- pastāv ierobežojumi piegādes pusē, kas liedz tirgū ienākt korporācijām, kā arī ierobežojumi zobu higiēnistiem un tehniķiem darboties neatkarīgi no zobārstiem.

###### 2.4. Konkurences novērtējums

**1. variants. Neveikt nekādus pasākumus**

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

**2. variants. Zobārstniecības padome pārrauga medicīniskos jautājumus, valsts pārrauga uzņēmējdarbības praksi**

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 nepieciešams, 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 tiks padarīta efektīvāka). Turklāt, pastāvot centieniem iegūt vairāk klientu, būs pieejams lielāks informācijas apjoms. Tā ietekmē tirgum vajadzētu darboties efektīvāk un patērētāji varēs veikt labāku izvēli.

##### 3. variants. Valsts 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, bet šo funkciju veikšanai departaments vispārīgi ir zemāk kvalificēts nekā profesionāļi.

##### 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 attiecībā uz profesionāļu uzvedību nepastāv ierobežojumi, šī informācijas plūsma var būt mulsinoša vai pat maldinoša, tāpēc to nevarēs izmantot, lai samazinātu informācijas asimetriju starp pacientiem un profesionāļiem. Tādējādi tirgus var kļūt nepārredzamāks un var palielināties nepārliecinātība 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 tādus nevajadzīgus ierobežojumus zobārstniecībā, kas ne tikai samazina konkurenci, bet arī informāciju, kas ir pieejama patērētājiem informēta lēmuma pieņemšanai. Savukārt 2. un 3. priekšlikumam ir vairākas konkurenci veicinošas priekšrocības, jo atšķirībā no spēkā esošā regulējuma zobārsti vairs nevarēs ierobežot reklāmu, korporatīvo darbību un zobārstniecības palīgpersonāla nodarbinātību – visām šīm darbībām 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.

## 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, tāpēc tie neattiecas tikai uz konkurences novērtēšanu. Pēc šiem ievadmateriāliem ir izklāstīts konkurences novērtējuma paraugs.

Šis novērtējuma paraugs ir salīdzinoši īss. Piemērots 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 [*West Clean Air Board*] (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 izmeklēja RTGP regulējuma ietekmi un ziņoja, ka šis regulējums nodrošina “Xoil” monopolvaru tās pārstrādes tehnoloģijas licencēšanas jomā, kas ir nepieciešama motoru degvielas ražošanai Rietumu reģionā, un ka, izmantojot šo monopolvaru, “Xoil” var palielināt saviem konkurentiem pārstrādes izmaksas, lai kontrolētu 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 tās pašreizējie noteikumi ne vienmēr atbilst sabiedrības interesēm, un apsver citas iespējas.

#### 2. Noteikumu mērķi

RTGP vēlas īstenot trīs politikas mērķus, ko paredz valsts Tīrā gaisa likums: pirmkārt, nodrošināt labākus vides apstākļus, samazinot dzinēja emisijas, otrkārt, pareizi stimulēt uzņēmumus ieguldīt līdzekļus pētniecībā un attīstībā, lai izstrādātu tādu motoru degvielu, kuras sadegšanas procesā rodas mazāk izmešu, un novērstu tīrākas degvielas tehnoloģijas pētniecības dublēšanu, un, treškārt, novērst nesamērīgu regulējumu vides jomā, īpaši regulējumu, kas var būt pretrunā sabiedrības interesēm, piemēram, ja pieaug motoru degvielas cenas un šāda cenu pieauguma izraisītais sociālās labklājības samazinājums ir lielāks par sociālās labklājības pieaugumu, ko sniedz gaisa kvalitātes uzlabošanās.

#### 3. Regulatīvie varianti

Tika piedāvāti vairāki varianti. Regulatīvie varianti ir šādi:

* + - 1. variants. Saglabāt līdzšinējo 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, tādējādi arī degvielas cenas Rietumu reģionā būtu augstas.

* + - 2. variants. Pievienot cenu regulēšanu ražošanas tehnoloģijas 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 izvēlētā 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 jārada mazāks emisiju apjoms, nekā noteikts ar maksimālo slieksni.

* + - 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 noteikts ar maksimālo slieksni. Turklāt degvielas stacijas (jeb motoru degvielas tirgotāji) maksātu nodokli, kas ir proporcionāls emisiju apjomam, kāds rodas pēc to pārdotās degvielas sadegšanas.

* + - 5. variants. Regulējuma atcelšana

Visi noteikumi tiek atcelti. Proti, pārstrādātājiem atļauj ražot jebkādu motoru degvielu, 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, 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 nepieciešamas, 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 1) ir ierobežots piegādātāju skaits tehnoloģiju tirgū, nosakot, ka darbībai ir nepieciešama licence, un 2) ir ierobežota piegādātāju konkurētspēja RTGP motoru degvielas tirgū, jo a) visiem pārstrādātājiem, izņemot “Xoil”, ir pieaugušas RTGP prasībām atbilstīgas motoru degvielas ražošanas izmaksas un b) 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). Tādējādi 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

##### 1. variants. Saglabāt līdzšinējo tehnoloģijas standartu

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

##### 2. variants. Pievienot cenu regulēšanu ražošanas tehnoloģijas 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.

##### 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 emisiju maksimuma slieksnim. Šādas regulatīvās sistēmas gadījumā pastāv lielāka iespēja, ka notiks pētniecības dublēšanās, bet pētniecības darba dublēšanās nerada acīmredzamu 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.

##### 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 labums no emisiju nodokļa samazinājuma ir vienāds ar emisiju samazināšanas robežizmaksām. 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 noteikts ar slieksni. 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 pārstādes tehnoloģiju, ar kuras palīdzību var ražot tīrāk sadegošu motoru degvielu, ja vien nav lētāk iegādāties šādas tehnoloģijas licenci.

##### 5. variants. Viss regulējums tiek atcelts

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, 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 analīzē 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 faktorus, nevis sekas vai tehnoloģiju?
* Vai attiecīgā politika ir plaša, proti, vai tā attiecas uz dažādiem rezultātiem, pastāvīgi radot vēlmi izstrādāt tehnoloģijas, kas mazina izmaksas?[[50]](#footnote-50)1

4. variants, iespējams, ir vislabākā izvēle 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, tādējādi pārstrādātājiem nav stimula radīt inovācijas, kas ir zem standarta līmeņa. 3. un 4. variants arī likvidē konkurenci kropļojošo ierobežojumu, kas pastāv 1. variantā. 1. variantā Rietumu reģionā tiek samazināts gaisa piesārņojums un nozarē tiek novērsta pētniecības pasākumu dublēšana, kā arī tiek gūts labums no efektivitātes, ko sniedz visefektīvākās pārstrādes tehnoloģijas noteikšana par mazākus izmešus radošas motoru degvielas ražošanas standartu. Tomēr 1. variantam ir visnelabvēlīgākā ietekme uz konkurenci, jo noteikumos licence ir paredzēta kā prasība, lai ražotu tīrāk sadegošu motoru degvielu, 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, tādējādi Rietumu reģionā netiek samazināts gaisa piesārņojums.

## Īstermiņa īre digitālajās platformās tūrisma nozarē

Šajā gadījuma izpētē ir sniegts konkurences novērtējuma piemērs attiecībā uz īstermiņa īri reglamentējošu normatīvo aktu izmaiņām. Pirmkārt, ir aprakstīta pašreizējā situācija un iespējamās darbības. Pēc šiem ievadmateriāliem ir izklāstīts konkurences novērtējuma paraugs.

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

#### 1. Pamatinformācija

Paradizio ir tūristu iecienīta pilsēta. Paradizio pilsētā tūristi var apmesties tādās mītnēs kā viesnīcas, dzīvokļu tipa viesnīcas, viesu nami un kempingi. Turklāt dzīvokļus un vasaras mājas tūristiem uz neilgu laiku izīrē paši īpašnieki vai vietējie nekustamā īpašuma aģenti. Tomēr pēdējā laikā tūristu īstermiņa īres mītņu skaits ir pieaudzis, jo ir attīstījušās tiešsaistes platformas, kas atvieglo vienādranga īri. Tiek lēsts, ka pašlaik šāds īres veids aizņem 20 % no pilsētas kopējās tūristu mītņu ietilpības. Pērn 10 % tūristu, kas apmeklēja Paradizio, uzturējās īstermiņa īres mītnēs. Šogad īstermiņa īres mītnēs pavadīto nakšu skaits ir palielinājies divas reizes salīdzinājumā ar pagājušo gadu. Īstermiņa īres mītņu izīrētājs vidēji uzņem viesus 40 dienas gadā.

Krasa īstermiņa īres mītņu pieauguma dēļ ir parādījušās dažas sūdzības. Viesnīcu operatori sūdzas par negodīgu konkurenci, jo viņiem ir lielāks regulatīvais slogs, un aicina regulēt īstermiņa īres mītņu darbību. Iedzīvotāji ir nobažījušies par savu drošību un koplietošanas telpu uzturēšanu. Tāpat tiek apgalvots, ka māju un dzīvokļu izmantošana īstermiņa izīrēšanai rada ilgtermiņa īres mītņu trūkumu, līdz ar to veicina īres cenu paaugstināšanos.

***1.1.*** ***Jauns tūristu īstermiņa īres mītņu regulējums***

Paradizio pilsētas dome nesen pieņēma jaunu regulējumu par tūristu īstermiņa īres mītnēm. Īstermiņa īres mītņu īpašniekiem ir pienākums reģistrēties un saņemt reģistrācijas numuru. Reģistrācijas procesa pabeigšanai ir nepieciešams pilsētas domes apstiprinājums. Reģistrācijas numurs, kuru var saņemt tikai pēc reģistrācijas pabeigšanas, jānorāda katrā paziņojumā un sludinājumā par mītnes īstermiņa izīrēšanu.

Saskaņā ar pilsētas plānojumu pilsēta ir sadalīta trīs veidu zonās – tūristu zonā, dzīvojamā zonā un jauktajā zonā. Regulējums paredz, ka dzīvojamās telpas tūristu un jauktajās zonās nevar reģistrēt kā īstermiņa īres mītnes.

Dzīvojamās telpas var izīrēt tūristiem īstermiņā tikai tad, ja citu dzīvokļu īpašnieki tajā pašā dzīvojamajā kompleksā skaidri pauž piekrišanu šādai izmantošanai. Īpašnieku kopienas skaidra piekrišana nav nepieciešama ilgtermiņa izīrēšanai.

Īstermiņa īres mītne ir komercializētas, mēbelētas dzīvojamās telpas, ko pilnībā izīrē trešām personām. Tāpēc nav iespējams izīrēt atsevišķas dzīvojamo telpu daļas (piemēram, vienu istabu).

Pie īstermiņa īres mītņu ieejām ir jābūt izvietotām atpazīšanas plāksnēm, kas norāda, ka īpašums ir paredzēts īstermiņa izīrēšanai tūristiem.

Visiem sludinājumiem un paziņojumiem par īstermiņa īres mītni jābūt precīziem, skaidriem un godprātīgiem. Viesiem jābūt informētiem par ierašanās un izrakstīšanās laiku, dzīvnieku turēšanu, cenām, maksāšanas veidu un citiem pakalpojuma noteikumiem un nosacījumiem.

Regulējums nosaka prasības attiecībā uz īstermiņa īres mītņu obligāto aprīkojumu. Piemēram, guļamistabā jābūt apgaismes ierīcei pie katras gultas, vienvietīgai gultai (minimālais izmērs – 0,9 m x 1,9 m) vai divvietīgai gultai (minimālais izmērs – 1,35 m x 1,90 m), efektīvai guļamistabas aptumšošanas sistēmai, krāsainiem drēbju pakaramajiem, kas nav deformējami un atbilst vienai formai, un vienam gultas piederumu komplektam (palagi, spilveni, matrača pārvalks, sega un gultas pārklājs) nedēļā. Turklāt regulējums paredz, ka dzīvojamo telpu interjeram un izmēriem ir jābūt tādiem, kas sekmē atpūtu, veļas mazgāšanu un žāvēšanu, tīrīšanu, uzkopšanu, dzīvošanu un uzglabāšanu un nodrošina piekļuvi sakaru pakalpojumiem.

Tīrības un uzkopšanas ziņā īstermiņa īres mītnei jābūt pieejamai viesim tūlītējai lietošanai.

Īstermiņa īres mītnēs ir jābūt izvietotam paziņojumam angļu valodā un vietējā valodā, kurā norādīts tālruņa numurs, uz kuru var zvanīt laikā no plkst. 8.00 līdz plkst. 20.00, lai informētu par starpgadījumiem, kas ir saistīti ar īstermiņa īres mītni, kā arī citi neatliekamās palīdzības numuri.

Īstermiņa īres mītņu izīrētājiem ir jāpaziņo policijai viesa identitāte un cita būtiska informācija.

###### 1.2. Regulējuma mērķi

Šo noteikumu mērķi ir šādi:

* + - nodrošināt tūrisma nozares ilgtspējīgu attīstību, novēršot negodīgu konkurenci starp dažāda veida tūristu izmitināšanas pakalpojumu sniedzējiem un aizsargājot pilsētas kā pirmšķirīga tūristu galamērķa reputāciju;
		- aizsargāt iedzīvotāju tiesības uz cenas ziņā pieejamu mājokli un mierīgu ikdienas dzīvi.

###### 1.3. Regulatīvie varianti

Šajā pārskatā ir apspriesti pieci alternatīvi varianti.

* + - 1. variants. Iepriekš minētā regulējuma saglabāšana (līdzšinējais stāvoklis).
		- **2. variants. Jaunā regulējuma atcelšana.** Šādā gadījumā īstermiņa īres mītnes kopumā netiktu regulētas. Uz šāda veida uzņēmējdarbību attiektos daži horizontāli normatīvie akti, piemēram, patērētāju aizsardzības vai mājokļu normatīvie akti. Tā kā tiešsaistes platformām ir būtiska nozīme īstermiņa īres mītņu nozarē, arī tās pārrauga šādu mītņu darbību, izmantojot savus noteikumus un nosacījumus, un vērtēšanas sistēmas.
		- **3. variants. Regulatīvā sloga samazināšana.** Tiek saglabāts īpašs īstermiņa īres mītņu regulējums, tomēr tas ir mazāk preskriptīvs salīdzinājumā ar spēkā esošo regulējumu. Regulējumam varētu būt divi līmeņi, ko veido īstermiņa īres mītnes, kuras tiek izīrētas mazāk nekā 120 dienas gadā (1. grupa), un īres mītnes, kuras tiek izīrētas ne mazāk kā 120 dienas gadā (2. grupa). Abām īstermiņa īres mītņu grupām būtu noteikts vienkāršots reģistrācijas process. Prasības attiecībā uz aprīkojumu tiktu samazinātas līdz tādam līmenim, kas nodrošina pamatprasību izpildi tūristu mītnē. Tiktu atcelta prasība par skaidri izteiktas piekrišanas nepieciešamību un ģeogrāfiskais ierobežojums attiecībā uz īstermiņa īres mītnēm. Tomēr attiecībā uz 2. grupas īres mītnēm tiktu piemērota nodeva vai nodoklis, lai kompensētu to ietekmi uz kaimiņiem, finansējot drošības pasākumu īstenošanu un dzīvojamo kompleksu vai ēku uzturēšanu. Īstermiņa īres mītnes definīcija tiktu mainīta, lai nodrošinātu iespēju izīrēt atsevišķas istabas vai kādu dzīvojamo telpu daļu. Lai īstermiņa īres mītnes atšķirtos no viesu namiem, atsevišķas istabas vai dzīvojamo telpu daļas drīkstētu izīrēt tikai ar nosacījumu, ka arī pats izīrētājs dzīvo tajā pašā mītnē.
		- **4. variants. Papildu regulējums** Lai arī īstermiņa īres mītņu ģeogrāfiskais ierobežojums tiktu atcelts, ienākšana tirgū tiktu kontrolēta, izmantojot citus regulatīvus līdzekļus. Tiktu ieviests stingrs atļauju izsniegšanas process. Katra pašvaldība pieņemtu lēmumu par īstermiņa īres mītņu sektora ietilpību (piemēram, nosakot ierobežojumu attiecībā uz nakšu vai naktsmītņu skaitu), kuru pašvaldības teritorijas spētu uzņemt atkarībā no tās vietējiem teritorijas attīstības plāniem un citiem politikas mērķiem. Atbilstoši tam tiktu piemērotas kvotas. Īstermiņa īres mītnēm tiktu noteiktas papildu kvalitātes prasības, piemēram, diennakts atbalsts pa tālruni, ātrdarbīgs platjoslas internets un kabeļtelevīzija, stāvvietas pieejamība.
		- **5. variants. Regulējuma samazināšana viesnīcām un citām tūristu mītnēm** Tiešsaistes rezervācijas pakalpojumi un digitālās platformas ļauj viesiem viegli piekļūt plašai informācijai. Šie digitālie pakalpojumi nodrošina ne tikai detalizētu informāciju un daudzus dzīvojamo telpu fotoattēlus, bet arī iepriekšējo viesu atsauksmes. Tādējādi digitalizācija samazina informācijas asimetriju starp piegādātāju un patērētāju, ar ko ir pamatota liela iepriekšējā regulējuma daļa. Lai regulējumu pielāgotu mainīgajiem tirgus apstākļiem, tiktu atcelti novecojušie normatīvie akti. Piemēram, var būt pārskatītas obligātā aprīkojuma prasības vai arī prasības par rezervēšanas procesu var būt pielāgotas e-komercijai. Šo politikas variantu var apvienot ar jebkuru no iepriekš minētajiem politikas variantiem.

#### 2. Konkurences novērtējuma piemērs

######

###### 2.1. Ietekmētais tirgus

Šis regulējums tieši ietekmē tūristu izmitināšanas pakalpojumu tirgu Paradizio pilsētā. Šaurākus tirgus ir iespējams noteikt atbilstoši dzīvojamo telpu veidam vai maksas pakalpojumu paketei, kuru piedāvā pakalpojumu sniedzēji, piemēram, luksusa klases dzīvojamās telpas un budžeta klases dzīvojamās telpas. Īstermiņa īres mītņu regulējums ietekmē arī nekustamā īpašuma tirgu, kā norādīts 1. punktā.

Tūristu izmitināšanas pakalpojumu tirgus kopumā ir ļoti konkurētspējīgs. Gandrīz visi izmitināšanas pakalpojumu sniedzēji atrodas tūristu zonā, kas ir izvietota gar jūru un ietver lielāko daļu tūristu iecienīto vietu. Pakalpojumu sniedzējiem ir pieejami vairāki pārdošanas kanāli. Visiem tūristu izmitināšanas pakalpojumu sniedzējiem ir sava tīmekļa vietne. Lielākā daļa no tām ir iekļautas arī trešo pušu rezervēšanas tīmekļa vietnēs. Viesnīcas, dzīvokļu viesnīcas un dažas viesu mājas saņem rezervācijas arī ar tūrisma operatoru vai ceļojumu aģentūru starpniecību. 90 % īstermiņa īres mītņu tiek rezervētas ar digitālo platformu starpniecību. Šīs platformas atvieglo maksājumu veikšanu un atlīdzības saņemšanu, piedāvā tiešu saziņu starp izīrētāju un viesi, un tām ir reitinga mehānisms, kas parāda abu pušu apmierinātības līmeni.

Īstermiņa īres mītnes piedāvā mājas apstākļiem pietuvinātu pieredzi par zemākām cenām salīdzinājumā ar 5 vai 4 zvaigžņu viesnīcām. Tās var nenodrošināt atsevišķus pakalpojumus, piemēram, uzņemšanu, ikdienas uzkopšanu vai klientu automašīnu novietošanu stāvvietā. Tikai nesen ir sākta īstermiņa īres mītņu standartizācija, un tās joprojām ir mazāk standartizētas nekā viesnīcas. Šajā ziņā īstermiņa īres mītņu gadījumā pastāv lielāka informācijas asimetrija starp izīrētāju un viesi. Tomēr tiešsaistes platformas sniedz detalizētu informāciju, fotoattēlus un atsauksmes par īstermiņa īres mītnēm, kas var novērst lielu asimetrijas daļu.

###### 2.2. Konkurences novērtējums

**1. variants. Regulējuma saglabāšana (līdzšinējais stāvoklis)**

Spēkā esošajā regulējumā ir vairākas normas, kas var kropļot konkurenci. Pirmkārt, regulējums rada šķēršļus mazo uzņēmumu un mikrouzņēmumu ienākšanai tirgū, kavējot ienākšanu tirgū un palielinot saistītās finansiālās izmaksas. Deklarēšanas prasība kopā ar *ex ante* reģistrācijas sistēmu ir *de facto* atļauju izsniegšanas sistēma. Prasība saņemt skaidri izteiktu piekrišanu no kaimiņiem vēl vairāk apgrūtina ienākšanu tirgū.

Otrkārt, atļauju neizsniegšana īstermiņa īres mītnēm tūristu un jauktajās zonās praktiski aizliedz šādas īres mītnes. Kā minēts iepriekš, gandrīz visas tūristu mītnes atrodas tūristu zonā. Tāpēc šāds regulējums aizsargā tirgū pārstāvētos uzņēmumus pret konkurenci, kuru radītu īstermiņa īres mītnes. Turklāt īstermiņa īres mītņu novirzīšana uz dzīvojamām zonām var būt pretrunā ar politikas mērķiem attiecībā uz ilgtermiņa mītnēm.

Treškārt, kvalitātes prasības, kas ietver obligātā aprīkojuma standartus, apdraud produktu diferencēšanos. Piemēram, daži viesi var dot priekšroku mazākai maksai, pretī saņemot vienkāršākus izmitināšanas pakalpojumus. Ierobežotās konkurences apstākļos tūristi var saskarties ar mazāku pieejamību un augstākām cenām.

**2. variants. Jaunā regulējuma atcelšana**

Paredzams, ka šis politikas variants novērsīs konkurenci kropļojošo ietekmi, kas minēta iepriekš. Īstermiņa īres mītņu piedāvājums turpinātu pieaugt un piedāvātu tūristiem zemākas cenas, lielāku pieejamību un lielāku daudzveidību. Paredzams, ka šajā gadījumā konkurences līmenis tirgū būtu augstāks nekā 1. variantā. Konkurences vide var veicināt pakalpojumu kvalitātes uzlabošanos. Tomēr nav iespējams paredzēt to, ciktāl šā varianta rezultāti atbildīs pilsētas domes redzējumam par pilsētu kā pirmšķirīgu tūrisma galamērķi.

Ja tiek piemērots 2. variants, patērētāji būs mazāk aizsargāti. Tomēr patērētāju aizsardzības un informācijas asimetrijas jautājumu zināmā mērā risinātu citi mehānismi, piemēram, horizontālie normatīvie akti, tiešsaistes platformu kvalitātes standarti un reitingu sistēmas.

Netiek risināti citi jautājumi, piemēram, mājokļu pieejamība cenas ziņā un drošība. Turklāt regulatīvās atšķirības starp īstermiņa īres mītnēm un citiem izmitināšanas pakalpojumiem var kropļot līdzvērtīgus konkurences apstākļus.

##### 3. variants. Regulatīvā sloga samazināšana

Šis 3. variants ir vidusceļš starp 1. un 2. variantu. Lai gan tam ir noteikta ietekme uz konkurenci, tas pievēršas politikas mērķiem. Būtiska problēma, kas pastāv saistībā ar šo variantu, ir atbilstoša sliekšņa noteikšana, jo dažiem īpašniekiem, kuri vēlas izīrēt nedaudz virs noteiktā sliekšņa, ir liegts šādi rīkoties. Divlīmeņu sistēma, iespējams, veicinātu proporcionālu regulējumu, bet tā var liegt galvenokārt maza apjoma ieguldītājiem peļņu, kuru tie būtu varējuši gūt. Paredzams, ka vienkāršotas reģistrācijas procedūras un zemākas obligātā aprīkojuma prasības samazinās šķēršļus ienākšanai tirgū. Brīvāks regulējums dotu tirgum elastību, kas tam nepieciešama, lai apmierinātu pieprasījumu kvantitātes un kvalitātes ziņā.

##### 4. variants. Papildu regulējums

Šis 4. variants nodrošina valsts pārvaldei labāku kontroli pār tūrisma un mājokļu sektoriem. Tomēr šāda pieeja var nesniegt vēlamos rezultātus. Lai šāds regulējums būtu sekmīgs, tas ir regulāri jāatjaunina, lai apmierinātu pastāvīgi mainīgās tūristu vēlmes un nozares attīstības tendences. Pašvaldībām būtu arī pareizi jānosaka optimālā tūristu ietilpība. Vēl viens būtisks jautājums ir šīs ietilpības piešķiršana potenciālajiem īstermiņa īres mītņu izīrētājiem. Papildus regulatīvajam slogam pastāv augsta iespējamība, ka 4. variants ierobežos konkurenci. Ja tiktu izraudzīts šis variants, ieiešanu tirgū ierobežotu kvotas, nevis ģeogrāfiskie ierobežojumi. Grūti pateikt, kas ierobežo konkurenci vairāk. Tomēr ir skaidrs, ka kvotu režīmiem ir liels konkurenci kropļojošas ietekmes potenciāls. Augsti pakalpojumu standarti arī rada šķēršļus ienākšanai tirgū un samazina pakalpojumu diferenciāciju.

Turklāt zems konkurences līmenis var kavēt politikas mērķu sasniegšanu. Vājas tirgus konkurences dēļ var samazināties pakalpojumu kvalitāte.

##### 5. variants. Regulējuma sloga samazināšana viesnīcām un citām tūristu mītnēm

Šo politikas variantu var apvienot ar jebkuru no iepriekš minētajiem politikas variantiem. Citas tūristu mītnes reglamentējoša regulējuma pielāgošana jauniem tirgus apstākļiem, likvidējot nevajadzīgas prasības, veicinātu konkurenci. Zemākas darbības un ienākšanas tirgū izmaksas palielinātu piedāvājumu. Tūristu izmitināšanas pakalpojumu sniedzēji varētu koncentrēties uz patērētāju vēlmēm un pakalpojumu diferencēšanu, nevis uz novecojušu normatīvo aktu ievērošanu. Šāds atvieglojums kliedētu arī bažas par negodīgu konkurenci starp īstermiņa īres mītnēm un citiem izmitināšanas pakalpojumu sniedzējiem.

###### 2.3. Secinājumi

Vislielākais konkurences ierobežošanas potenciāls ir 1. un 4. variantam. Abi varianti apgrūtina ienākšanu tirgū un pakalpojumu diferencēšanu. Savukārt 2. variants piedāvā konkurenci veicinošu regulējumu. Paredzams, ka 2. varianta īstenošanas gadījumā īstermiņa īres mītņu piedāvājums palielināsies un veicinās konkurenci starp pakalpojumu sniedzējiem. Tomēr šis variants neļauj sasniegt visus regulatīvos mērķus un neatrisina jautājumu par līdzvērtīgiem konkurences apstākļiem tirgū. Attiecīgi 3. variants veicina konkurenci un vienlaikus ļauj sasniegt politikas mērķus. Tāpēc, ciktāl ir vēlams sasniegt politikas mērķus, 3. variants varētu būt labākais variants īstermiņa īres mītnes regulējumam no konkurences viedokļa, ja vien ir iespējams atrast piemērotu slieksni, kas pārmērīgi neapgrūtinātu māju īpašniekus un mazos ieguldītājus. Iespējams, ka 4. variants samazinās konkurenci, palielinot šķēršļus ienākšanai tirgū. Arī 5. variants veicina konkurenci un samazina negodīgas konkurences iespēju. Tas paredz normatīvo aktu pielāgošanu digitālās ekonomikas attīstībai. Tāpēc arī to var uzskatīt par labu variantu, it īpaši, ja to apvieno ar 3. variantu (vai 2. variantu).

##### Par ESAO Konkurences novērtēšanas metodisko līdzekli

ESAO Konkurences novērtēšanas metodiskais līdzeklis palīdz valstīm likvidēt šķēršļus, kuri ierobežo konkurenci, piedāvājot metodi nevajadzīgu tirgus darbības ierobežojumu noskaidrošanai un tādu alternatīvu, mazāk ierobežojošu pasākumu izstrādāšanai, ar kuriem joprojām ir iespējams sasniegt valsts politikas mērķus. Tas sastāv no šādiem 3 sējumiem: “Principi”, “Norādījumi” un “Rokasgrāmata”. Papildu informācija par metodisko līdzekli ir pieejama tīmekļa vietnē **oe.cd/cat.**

|  |  |
| --- | --- |
|  | Metodiskā līdzekļa principi1. sējumā ir noteikti metodiskā līdzekļa principi un izklāstīti ieguvumi no konkurences, kā arī sniegta informācija par pārbaudes lapu un valdības procesu piemēri. |
|  | **Tehniskie norādījumi**2. sējumā ir sīki izklāstīti tehniskie norādījumi par galvenajiem jautājumiem, kas ir jāapsver, kad tiek veikts konkurences novērtējums. |
|  | Konkurences novērtēšanas rokasgrāmata3. sējumā ir iekļauta rokasgrāmata, kurā soli pa solim izklāstīts konkurences novērtēšanas process. |

ESAO Konkurences novērtēšanas metodiskais līdzeklis palīdz valstīm likvidēt konkurenci ierobežojošos šķēršļus. Tas sastāv no šādiem trīs sējumiem:

2. sējumā ir sīki izklāstīti tehniskie norādījumi par galvenajiem jautājumiem, kas ir jāapsver, kad tiek veikts konkurences novērtējums.

Metodiskais līdzeklis ir pieejams lejupielādei 15 valodās tīmekļa vietnē **www.oecd.org/competition/toolkit**.

1. Jau daudz agrāk Engmans [*Engman*] (1974) uzskatīja, ka ASV federālie pārvadāšanas noteikumi, kurus pieņēma Civilās aviācijas padome [*Civil Aeronautics Board*] un Starpštatu tirdzniecības komisija [*Interstate Commerce Commission*], mazina cenu konkurenci, kavē iekļūšanu tirgū un palielina pārvadāšanas izmaksas, kas samazina ekonomisko izaugsmi. Makavojs [*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.” [↑](#footnote-ref-1)
2. 1 Piemēram, 2005. gada jūnijā Eiropas Komisija (EK), īstenojot savu Labāka regulējuma programmu [*Better Regulation Agenda*], pieņēma pārskatītās Ietekmes novērtējuma pamatnostādnes [*Impact Assessment Guidelines*], kuras attiecas uz visām likumdošanas un politikas iniciatīvām, kas iekļautas EK gada rīcības programmā. Ietekmes novērtējuma pamatnostādnēs ir atzīts, ka “spēcīga konkurence uzņēmējdarbību veicinošā vidē ir galvenais produktivitātes pieauguma un konkurētspējas dzinulis”. Konkurentu novērtēšana ir būtiska ietekmes novērtējuma daļa. Tāpat, piemēram, 2005. gadā Meksikas Federālā konkurences komisija [*Mexican Federal Competition Commission*] (*CFC*) un Federālā Tiesiskā regulējuma uzlabošanas komisija [*Federal Commission on Regulatory Improvement*] (*COFEMER*) parakstīja sadarbības līgumu, lai veicinātu konkurences uzraudzības iestāžu un regulējuma uzlabošanas iestāžu savstarpējo sadarbību. Ar šo līgumu tika izveidots “agrās brīdināšanas” mehānisms, kuru *COFEMER* var izmantot, ja tā saņem pārskatīšanai iesniegtu normatīvā akta projektu un šis normatīvā akta projekts ietekmē konkurenci. No 2006. gada Meksikas konkurences uzraudzības iestādei ir tiesības izdot saistošus atzinumus federālās valdības ministrijām un iestādēm par normatīvo aktu, politikas un programmu projektiem, ja tie var nelabvēlīgi ietekmēt konkurenci. [↑](#footnote-ref-2)
3. 1 Satons [*Sutton*] (1992, 1996) lieliski apraksta dažādus zaudēto izmaksu veidus. Daudzās patēriņa preču nozarēs, piemēram, kosmētisko līdzekļu vai gāzēto dzērienu ražošanā, ir augstas reklāmas izmaksas (salīdzinājumā ar šo uzņēmumu pārdošanas apjomu). Tādās nozarēs kā biotehnoloģijas ir lielas pētniecības un attīstības izmaksas. Šajos piemēros ir minētas nozares, kuras tiek uzskatītas par nozarēm ar lielām zaudētajām izmaksām. [↑](#footnote-ref-3)
4. 2 Skat. Gosala [*Ghosal*] rakstu (2002) un tajā sniegtās atsauces, lai iegūtu plašāku informāciju par problēmām pasta pakalpojumu tirgos. [↑](#footnote-ref-4)
5. 1 Viskuzi [*Viscusi*], Haringtons [*Harrington*] un Vernons [*Vernon*] (2005), un Makavojs (1992) sniedz vērtīgu diskusiju par šāda regulējuma iemesliem un dažādiem aspektiem. Ietekmīgā literatūrā ir diskutēts par regulējuma “notveršanas teoriju” [*capture theory*], kurā lobēšanas un dažādu interešu grupu spiediena dēļ ir pieņemti dažādi normatīvie akti. Tomēr šajā dokumentā šī argumentācija netiek izskatīta sīkāk. [↑](#footnote-ref-5)
6. 2 Glāzers [*Glaeser*] un Šleifers [*Schleifer*] (2001) sniedz vērtīgu diskusiju par daudzuma regulēšanu. [↑](#footnote-ref-6)
7. 3 Četras iepriekš minētās kategorijas veido “konkurences novērtēšanas pārbaudes lapas” pamatelementus, kas apspriesti sējuma “Konkurences novērtēšanas principi” 1. nodaļā. [↑](#footnote-ref-7)
8. 4 Skat. Rūbina [*Rubin*] (2000) rakstu, kurā atspoguļota vērtīga diskusija par reklāmas nozīmi informācijas izplatīšanā un dažādiem krāpšanas aspektiem reklāmā. [↑](#footnote-ref-8)
9. 5 Atzīstot šādu nelabvēlīgu ietekmi, ar Itālijas Konkurences uzraudzības aktu [*Competition Authority Act*] (2006. gada 4. augusts, Nr. 248, 2. pants), piemēram, tika atcelti reklāmas ierobežojumi profesionāļu pakalpojumiem. Profesionāļi tagad var reklamēt savu kvalifikāciju un specializāciju, kā arī pakalpojumus un to cenas. [↑](#footnote-ref-9)
10. 6 Gājēju drošība ir svarīgs jautājums. Eiropā ES drošības prasībās, visticamāk, būs paredzētas konstrukcijas izmaiņas, lai mazinātu ievainojumus, ko gājēji gūst sadursmē ar automobili. Šajos noteikumos ir paredzēti konkrēti mērķi attiecībā uz triecienu pa kājām, tādēļ, iespējams, ražotājiem būs jāveic dizaina un drošības izmaiņas automobiļu priekšpusē. Kā norāda Ogando (2003), piegādātāji izstrādā dažāda veida 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. [↑](#footnote-ref-10)
11. 7 Ieviešot stingrākas prasības vides jomā, pasaules celulozes un papīra ražošanas nozarē bija jāveic būtiskas izmaiņas, tostarp jāveic lieli ieguldījumi jaunās tehnoloģijās, lai pārstrukturētu ražošanas procesus un produkciju. Kā norāda Pančapakesans [*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. [↑](#footnote-ref-11)
12. 8 Interesanta informācija ir sniegta Kleinera [*Kleiner*] un Kērdla [*Kurdle*] (2000) pētījumā. Tajā, piemēram, ir secināts, ka stingrāki licencēšanas ierobežojumi zobārstiem neuzlabo mutes dobuma veselību, piemērām, nesamazinās cauro zobu skaits, bet šādā veidā palielinās zobārstu ienākumi. [↑](#footnote-ref-12)
13. 9 Papildu sekas ir apspriestas A. B. Džafija [*Jaffe A. B.*] (1996) rakstā. [↑](#footnote-ref-13)
14. 10 Diskusiju par citām tirgus nepilnībām, kuru gadījumā ar subsīdijām ir iespējams panākt efektīvākus rezultātus, skat. H. V. Frīderizcika [*Friederiszick H. W.*] un citu autoru (2007) rakstā. [↑](#footnote-ref-14)
15. 11 Iemesli, kas tiek izmantoti valsts uzņēmumu izveides pamatošanai, ir apspriesti ESAO (2005c) 1. nodaļā. [↑](#footnote-ref-15)
16. 12 Par valsts uzņēmumu potenciālajām izmaksu priekšrocībām skat., piemēram, Austrālijas valdības vadlīnijas (2004) un Hilmera ziņojumu [*Hilmer Report*] (Austrālijas valdība, 1993), 296.–297. lpp. Kā norādīts Hilmera ziņojumā, valsts īpašumtiesības var būt faktors, kas rada arī neizdevīgus konkurences apstākļus valsts uzņēmumam. [↑](#footnote-ref-16)
17. 13 Norādījumus par tādu valsts uzņēmumu izveidi, kuri ir neitrāli konkurētspējas ziņā, skat. ESAO (2012). [↑](#footnote-ref-17)
18. 14 Ja uzņēmumiem pieder dažāda “vecuma” kapitāls (kas ir ierasta situācija), robežas noteikšanai izmanto vidējo “vecumu” un vērtību izkliedi ap vidējo vērtību. [↑](#footnote-ref-18)
19. 15 Viskuzi [*Viscusi*], Haringtons [*Harrington*] un Vernons [*Vernon*] (2005, 16. nodaļa) sīki apspriež cenu regulēšanas iemeslus potenciāli konkurētspējīgās nozarēs un arī dažas no šādas regulēšanas gaidītajām un neparedzētajām sekām, tostarp problēmas, kas saistītas ar ražošanas efektivitāti un necenu konkurenci. Lai iegūtu ļoti labu un salīdzinoši vispārēju pārskatu par šiem avotiem, skat. arī Nets [*Netz*] (2000). [↑](#footnote-ref-19)
20. 16 “Regulējums ir asimetriski paternālistisks, ja tas rada lielu labumu tiem, kuri kļūdās, vienlaikus radot mazu kaitējumu vai nerodot nekādu kaitējumu tiem, kuri rīkojas racionāli.” (Camerer et al. 2003) [↑](#footnote-ref-20)
21. 17 Prasībai izpaust plašu un sarežģītu informāciju var būt minimāla ietekme, jo pārmērīgi liels informācijas daudzums var nenākt par labu patērētājiem. [↑](#footnote-ref-21)
22. 18 Skat. Lako [*Lacko*] un Papalardo [*Pappalardo*] (2007). [↑](#footnote-ref-22)
23. 19 Skat. Lako un Papalardo (2007); tajā ir parādīts, ka, uzlabojot patērētāju informēšanu par hipotekārajiem aizdevumiem, var pieaugt neskaidrība, kas var izraisīt to, ka patērētāji biežāk izvēlas dārgākus aizdevumus, pat ja meklē labāko cenu. [↑](#footnote-ref-23)
24. 20 Skat., piemēram, ASV Federālās Tirdzniecības komisijas Apbedīšanas noteikumus [*U.S. Federal Trade Commissions Funeral Rule*] (16 *CFR* 453. punkts). Lai arī šādi noteikumi par cenas atklātumu var nešķist vajadzīgi, jo šādai informācijai jau vajadzētu būt pieejamai tirgū, šādi noteikumi faktiski tika pieņemti, jo daudzi apbedīšanas biroji nesniedza atklātu informāciju par cenu. [↑](#footnote-ref-24)
25. 21 Lai arī turpmāk izklāstītie argumenti ir attiecināmi arī uz kopregulāciju, mēs apspriedīsim tikai pašregulāciju. “Jaguar Consulting” (2003) ziņojumā un Deitona-Smita un citu autoru sagatavotajā dokumentā (2001) ir atspoguļota vērtīga diskusija par dažādiem pašregulācijas un kopregulācijas aspektiem. [↑](#footnote-ref-25)
26. 22 Mēs atzīmējam potenciāli stratēģisku jautājumu. Bieži pašregulāciju var izmantot kā starpposma pasākumu pirms pārejas uz oficiālāku regulāciju. Ja pašregulācija nesniedz vajadzīgo rezultātu, valdība var iejaukties un veikt oficiālāku tirgus regulāciju. Šādā attīstības modelī nozares organizācijām un pārstāvjiem ir stimuls piedāvāt pašregulāciju un nodrošināt to, lai tā darbojas. [↑](#footnote-ref-26)
27. 23 Valentaina [*Valentine*] (1998) un Pitofskis [*Pitofsky*] (1998) sniedz vērtīgu apskatu par dažām pašregulācijas priekšrocībām un trūkumiem. [↑](#footnote-ref-27)
28. 24 Gosals (2007) apspriež dažādus informācijas plūsmas kanālus, no kuriem konkurences uzraudzības iestāde saņem informāciju, un to, cik sarežģīti ir atklāt kartelim līdzīgas darbības. [↑](#footnote-ref-28)
29. 25 Ziņojumā atzīmēts, ka tas ir īpaši būtiski laikā pēc regulatīvās reformas, jo šādi pārkāpumi var kavēt konkurentu parādīšanos, bloķējot ienākšanu tirgū vai saskaņojot cenas. Stingra normatīvo aktu piemērošana pret karteļiem ir nepieciešama tad, ja uzņēmumi gadiem ilgstošajos regulējuma apstākļos ir iemācījušies savstarpēji sadarboties, nevis konkurēt. Ja nav mērķtiecīgas rīcības, tad ieguvumus no reformas var zaudēt. [↑](#footnote-ref-29)
30. 26 ESAO Patērētāju politikas komiteja ir izstrādājusi pamatnostādnes par to, kad un kā valstīm vajadzētu iejaukties, lai atrisinātu kādu ar patērētājiem saistītu problēmu. (*Consumer Policy Toolkit, OECD*, 2010) [↑](#footnote-ref-30)
31. 27 Normatīvie akti, kas ietekmē to, ko piegādātāji ražo, kā tie konkurē un kas stimulē to vēlmi konkurēt vienam ar otru, ietekmē piedāvājumu tirgū. [↑](#footnote-ref-31)
32. 28 Piemēram, automobiļa datorizēto sistēmu remontam var būt nepieciešama īpaša, konkrētam modelim vai ražotājam piemērota diagnostikas iekārta. Šādas īpašās iekārtas ir dārgas, un to iegāde var būt saistīta ar patentētām tehnoloģijām. [↑](#footnote-ref-32)
33. 29 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, kurš vēlas ietilpt tīklā, ir tiesības atrasties tajā, bet citos štatos ir atļauta selektīva līgumu slēgšana. Kā norāda Vita (2001), prasības par to, ka ikviens pakalpojumu sniedzējs var pievienoties tīklam, palielina veselības aprūpes izmaksas attiecīgajā štatā. [↑](#footnote-ref-33)
34. 30 Hipotēkas apdrošināšana Kanādā ir obligāta, ja aizņēmuma lieluma un aktīvu vērtības attiecība ir augsta, bet apdrošinātāju izvēlas aizdevējs, nevis patērētājs. Francijā bija spēkā līdzīgas prasības, taču tās ir mainītas, lai patērētājiem sniegtu iespēju apdrošinātāju izvēlēties. [↑](#footnote-ref-34)
35. 31 Skat. ASV *FTC* (2005) datus par “Biomedics55” firmas zīmes un privāto preču zīmju preču tirdzniecību (25. lpp). [↑](#footnote-ref-35)
36. 32 *The Fairness to Contact Lens Consumers Act* (*FCLCA*) P.L. 108-164, 1117 Stat 2024. [↑](#footnote-ref-36)
37. 3315 U.S.C. 7601. punkts; 16 C.F.R. 315. punkts. [↑](#footnote-ref-37)
38. 34 Ne visas konkurences uzraudzības iestādes uzskatītu, ka kopīgas finansiālas intereses starp kapsētām un kapličām vienmēr ir problemātiskas vai, tieši pretēji, ka ir nepieciešama vai vēlama kapsētu īpašnieku un apbedīšanas pakalpojumu sniedzēju nošķiršana. Skat. ASV *FTC* (1993). Ņemot to vērā, FTK ir pieņēmusi Apbedīšanas noteikumus [*Funeral Rule*], kas tostarp veicina klientu pieeju alternatīviem zārku un urnu piegādātājiem, lai 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. Skat. 16 C.F.R. § 453. [↑](#footnote-ref-38)
39. 35 Par telesakariem skat., piemēram, ESAO (2008). [↑](#footnote-ref-39)
40. 36 Mobilo tālruņu gadījumā var apgalvot, ka šādi noteikumi ir paredzēti pircēju 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. [↑](#footnote-ref-40)
41. 37 Pols Klemperers [*Paul Klemperer*] (vārdnīcā “New Palgrave Dictionary”) piedāvā vispārīgāku termina “piegādātāja maiņas izmaksas” definīciju: “Uz preci 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 arī 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 iegulda tieši attiecībā uz pašreizējo piegādātāju un šāds ieguldījums ir jāatkārto, ja klients vēlas pāriet pie jauna piegādātāja. [↑](#footnote-ref-41)
42. 38 Salī [*Salies*] savā rakstā (2006) ir iekļāvis īsu aptauju un atsevišķus aprēķinus par piegādātāja maiņas izmaksām atsevišķās valstīs. [↑](#footnote-ref-42)
43. 39 Attiecībā uz dažiem produktiem (pieredzes produkti) par produktu kvalitāti ir iespējams spriest tikai pēc attiecīgā produkta 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. [↑](#footnote-ref-43)
44. 1 Pastāv arī citas iespējas, kā aplūkot saistību starp 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 sniegt 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 apkopošanu, kas galvenokārt ir noteiktas tāpēc, ka likumdevējs neapzinājās to, ka pakalpojumus faktiski var arī neapkopot. [↑](#footnote-ref-44)
45. 1 Konkurenci veicinoši normatīvie akti daudzās valstīs kļūst spēcīgāki, 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. Īkhofs [*Eekhoff*] (2004) apraksta stāvokli saistībā ar piesardzību konkurences politikas jomā tajās nozarēs, kurās Eiropā ir tikko atcelta regulācija, lai nodrošinātu konkurenci un izaugsmi. Eiropā ir novērotas lielas izmaiņas vienošanos par cenu noteikšanu īstenošanas jomā, un tās sīki apraksta Hārdings [*Harding*] un Džošua [*Joshua*] (2004). Motta [*Motta*] (2004, 9.–17. lpp.) sniedz pārskatu par konkurences politiku atsevišķās Eiropas valstīs, un ES, Japānā un Austrālijā, piemēram, ir likts jauns uzsvars uz konkurences politiku un ir notikušas pārrunas ar lielākajiem tirdzniecības partneriem par normatīvo aktu saskaņošanu (Cassidy 2001, Homma 2002, OECD 1999, un Richardson un Graham 1997). Pēdējo divu desmitgažu laikā ASV ir ievērojami pastiprinājusi cīņu pret karteļiem, un šīs izmaiņas ir aprakstījis Gosals (2006). Gaidāms, ka Ķīna pieņems Pretmonopolu likumu [*Antimonopoly Law*] kaut kad 2006. vai 2007. gadā pēc apspriedēm, kas ir ilgušas vairāk nekā desmit gadus (Bush, 2006). Indija pieņēma jaunu Konkurences aktu [*Competition Act*] 2002. gadā un izveidoja Konkurences komisiju [*Competition Commission*] ( Bhattacharjea, 2003). Šajā saistībā var būt lietderīgi veidot sinerģiju starp valsts pārvaldes struktūru darbiniekiem, kuri piemēro konkurences tiesības, un tiem, kuri analizē regulatīvo ietekmi. [↑](#footnote-ref-45)
46. 2 Piemēram, Bresnahans [*Bresnahan*] un Reiss [*Reiss*] (1991) ir pētījuši dažādu profesionāļu (ārstu, zobārstu u. c.) ienākšanu vietējos tirgos. Viņi secina, ka, sākot ar monopolistu pakalpojuma sniedzēju, pat viena papildu pakalpojumu sniedzēja ienākšana tirgū izraisa būtisku peļņas normas samazinājumu, bet vēl papildu konkurentu ienākšana tirgū peļņas normu samazina daudz mazākā apmērā. Rezultāti liecina par to, ka nebūt nav nepieciešams liels konkurentu skaits, lai panāktu zemas cenas patērētājiem un zemu peļņas normu ražotājiem. [↑](#footnote-ref-46)
47. 3 Ideālā gadījumā vēlams arī gūt priekšstatu par potenciālo jaunpienācēju skaitu, jo šādi varētu iegūt precīzāku informāciju par iespējamās konkurences apmēru. Bet šādu informāciju iegūt var būt sarežģīti. [↑](#footnote-ref-47)
48. 1 Diferenciācijas pakāpe norāda uz to pārveidojumu daudzumu, kurus var veikt attiecībā uz pakalpojumu, lai padarītu to atšķirīgu no konkurentu pakalpojumiem. [↑](#footnote-ref-48)
49. 1 Tā kā lielākā daļa izmaksu ir pastāvīgas, tad, lai atgūtu visas izmaksas, ir jāpalielina braukšanas maksa. [↑](#footnote-ref-49)
50. 1 Papildu atziņas par galvenajiem jautājumiem vides inovācijas jomā ir izklāstītas ESAO (2009) dokumentā “Environmental Policy Framework Conditions, Innovation and Technology Transfer”, kas pieejams tīmekļa vietnē https://one.oecd.org/document/ENV/EPOC/WPNEP(2009)2/FINAL/en/pdf [↑](#footnote-ref-50)