



## Konkurences padome

Brīvības iela 55, Rīga, LV-1010, tālr. 67282865, fakss 67242141, e-pasts pasts@kp.gov.lv, www.kp.gov.lv

# L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 7

(Prot. Nr. 9, 2.§)

2023. gada 17. februārī

### Par tirgus dalībnieku apvienošanu

lietā Nr. KL\2.2-4.1\22\15

“Par SIA “Latvijas Mobilais Telefons” vienpersoniskas izšķirošas ietekmes iegūšanu pār SIA “ELEKTRONIKA-SERVISS”, SIA “ServiceNet LV”, AS “Speleta” un OŪ “ServiceNet EE””

### SATURS

<b>I APVIENOŠANĀS DALĪBNIEKI .....</b>	<b>2</b>
<b>1. SIA “Latvijas Mobilais Telefons” .....</b>	<b>2</b>
<b>2. Mērķa sabiedrības .....</b>	<b>2</b>
<b>II APVIENOŠANĀS VEIDS.....</b>	<b>3</b>
<b>III ADMINISTRATĪVAIS PROCESS IESTĀDĒ .....</b>	<b>3</b>
<b>IV KONKRĒTIE TIRGI UN APVIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IETEKMĒTIE TIRGI..</b>	<b>3</b>
<b>3. Konkrētās preces tirgus.....</b>	<b>4</b>
<b>4. Konkrētais ģeogrāfiskais tirgus .....</b>	<b>7</b>
<b>V APVIENOŠANĀS IETEKMES IZVĒRTĒJUMS.....</b>	<b>8</b>
<b>5. Brūno preču uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgus.....</b>	<b>8</b>
<b>6. Mazās sadzīves tehnikas uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgus.....</b>	<b>11</b>
<b>7. Datoru un sakaru iekārtu uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgus .....</b>	<b>11</b>
<b>8. Klientu pārklāšanās analīze .....</b>	<b>14</b>
<b>9. Ieiešana Lietā definētajos tirgos un šķēršļi darbības paplašināšanai tajos .....</b>	<b>14</b>
<b>10. Potenciālie apvienošanās ieguvumi .....</b>	<b>16</b>
<b>11. Gala secinājumi.....</b>	<b>17</b>

## IEVADS

- 1 Konkurences padomē (turpmāk – KP) 05.10.2022. tika uzsākts konsultāciju process un 27.10.2022. tika iesniegts ziņojums par tirgus dalībnieku apvienošanos (turpmāk – Ziņojums), SIA “Latvijas Mobilais Telefons” (reģistrācijas numurs 50003050931) iegūstot vienpersonisku izšķirošu ietekmi pār SIA “ELEKTRONIKA-SERVISS” (reģistrācijas numurs 40103039303), SIA “ServiceNet LV” (reģistrācijas numurs 40003464238), AS “Speleta” (reģistrācijas numurs 10073508) un OŪ “ServiceNet EE” (reģistrācijas numurs 14614208). 01.11.2022. no SIA “ELEKTRONIKA-SERVISS” tika saņemti papildinājumi pie Ziņojuma. Ziņojums atbilda Ministru Kabineta noteikumu Nr. 800 “Kārtība, kādā iesniedz un izskata pilno un saīsināto ziņojumu par tirgus dalībnieku apvienošanos” (turpmāk – Noteikumi Nr. 800) prasībām, tādējādi atbilstoši Noteikumu Nr. 800 4. punktam Ziņojuma saņemšanas diena ir 01.11.2022.
- 2 Apvienošanās dalībnieku kopējais neto apgrozījums Latvijas teritorijā pārsniedz Konkurences likuma (turpmāk – KL) 15. panta otrajā daļā noteikto sliekšni 30 000 000 *euro*, kā arī vairāk nekā diviem no apvienošanās dalībniekiem apgrozījums nav bijis mazāks par 1 500 000 *euro* katram. Līdz ar to konkrētā apvienošanās ir paziņojama KP.

## I APVIENOŠANĀS DALĪBNIKI

### 1. SIA “Latvijas Mobilais Telefons”

- 3 SIA „Latvijas Mobilais Telefons” (turpmāk – LMT) ir Latvijas republikā reģistrēta sabiedrība ar ierobežotu atbildību ar vienoto reģistrācijas Nr. 50003050931, juridiskā adrese Ropāžu iela 6, Rīga, LV-1039, Latvija.
- 4 LMT darbība ir saistīta ar telekomunikāciju nozari, piemēram, tādiem pakalpojumiem, kā mobilie balss telefonijas pakalpojumi, mobilie un fiksētie datu pārraides pakalpojumi, viedās televīzijas pakalpojumi, IT sistēmas izstrādes un integrācijas pakalpojumi, pārsvarā piedāvājot atsevišķus integrācijas pakalpojumus jau gataviem citu izstrādātāju piedāvātiem produktiem.
- 5 LMT pieder 100% SIA “LMT Retail & Logistics” (turpmāk – LMTRL) kapitāldaļu. LMTRL ir LMT meitas sabiedrība, kas pamatā nodrošina dažādu IT un sakaru iekārtu – mobilo telefonu (viedtelefonu), planšetdatoru, datoru, viedpalīgu, tostarp viedpulksteņu, viedo aproču, modemu un rūteru, datorspēju ierīču un saistīto aksesuāru mazumtirdzniecību, “brūno” iekārtu - audio un vizuālās iekārtas, televizori, mājas kinozāles, utt. mazumtirdzniecību, kā arī atsevišķu specifisku elektroierīču, tostarp dronu un elektroskūteru, kopā ar minēto ierīču aksesuāriem pārdošanu patērētājiem mazumtirdzniecībā gan klātienēs veikalos visā Latvijā, gan interneta veikalā. LMTRL sniedz arī minēto iekārtu garantijas un pēc-garantijas uzturēšanas, jeb remonta, tostarp diagnostikas un apkopes pakalpojumus. Tāpat LMTRL saviem klientiem piedāvā nodrošināt atsevišķu elektroierīču, kuru remontu LMTRL pati neveic, loģistiku līdz minēto ierīču ražotāju autorizētiem servisa centriem.
- 6 LMT pieder 100% SIA “Santa Monica Networks” kapitāldaļu, kas ir ar IT jomu saistīta sabiedrība, kuras pamatdarbība ir dažādu ar IT infrastruktūru izbūvi saistītu produktu tirdzniecība Latvijā, IT sistēmu izstrādes, integrācijas un uzturēšanas pakalpojumi, tostarp, IT sistēmu projektēšana, tehnisko risinājumi, uzstādīšana, uzturēšana un pārvaldība, kā arī profesionālu konsultāciju sniegšana IT drošības jomā.

### 2. Mērķa sabiedrības

- 7 SIA “ELEKTRONIKA-SERVISS” (turpmāk – Elektronika serviss) ir Latvijā reģistrēta sabiedrība ar ierobežotu atbildību ar vienoto reģistrācijas Nr. 40103039303. Elektronika serviss pamatdarbības veidi ir mazās un lielās sadzīves tehnikas, televizoru, audio un video tehnikas, foto un video kameru, sporta un dārza tehnikas, atsevišķas profesionālās tehnikas, kā arī mobilo telefonu, planšetdatoru, portatīvo datoru un monitoru garantijas un pēc garantijas remonta, tostarp diagnostikas un apkopes pakalpojumi, kā arī jaunu elektroierīču instalācijas pakalpojumi mazumtirgotājiem un rezerves daļu un aksesuāru mazumtirdzniecība.

- 8 SIA "ServiceNet LV" (turpmāk – ServiceNet LV) ir Latvijā reģistrēta sabiedrība ar ierobežotu atbildību ar vienoto reģistrācijas Nr. 40003464238. ServiceNet LV pamatdarbības veidi ir IT un sakaru iekārtu – galda datoru, planšetdatoru, portatīvo datoru, serveru, printeru, viedtālrunu, monitoru, televizoru, audio un video tehnikas, foto un video kameru, projektoru, GPS un video reģistratoru, kā arī dažādu minēto elektroierīču aksesuāru un perifērijas iekārtu garantijas un pēc garantijas remonta, tostarp diagnostikas un apkopes pakalpojumi, kā arī IT un sakaru iekārtu rezerves daļu un aksesuāru mazumtirdzniecība.
- 9 AS "Speleta" (turpmāk – Speleta) ir Igaunijā reģistrēta akciju sabiedrība ar vienoto reģistrācijas Nr. 10073508, kuras pamatdarbības veidi ir sadzīves tehnikas remonts, energosistēmu ražošana un tirdzniecība, kā arī elektronisko komponentu, tostarp kabeļi, releji tirdzniecība.
- 10 OÜ "ServiceNet EE" (turpmāk – ServiceNet EE) ir Igaunijā reģistrēta sabiedrība ar ierobežotu atbildību ar vienoto reģistrācijas Nr. 14614208, kuras pamatdarbības veidi ir IT un sakaru iekārtu, galda datoru, planšetdatoru, portatīvo datoru, serveru, skeneru, dažādu datu nesēju, tīkla iekārtu, UPS, printeru, viedtālrunu, monitoru, televizoru, audio un video tehnikas, foto un video kameru, projektoru, GPS un video reģistratoru, kā arī dažādu minēto elektroierīču aksesuāru un perifērijas iekārtu garantijas un pēc garantijas remonta, tostarp diagnostikas un apkopes pakalpojumi, kā arī IT un sakaru iekārtu rezerves daļu un aksesuāru mazumtirdzniecība.

## II APVIENOŠANĀS VEIDS

- 11 15.07.2022. LMT grupas sabiedrība LMTRL un SIA "AT Holding" noslēdza daļu pirkuma līgumu (angļu val. *Share Purchase Agreement relating to shares in SIA "Elektronika-Serviss", SIA "ServiceNet LV", Speleta AS and ServiceNet EE OÜ*) par Elektronika-Serviss, ServiceNet LV, Speleta un ServiceNet EE (turpmāk kopā – Mērķa sabiedrības) daļām/akcijām (turpmāk – Pirkuma līgums). Pirkuma līguma rezultātā LMTRL iegūs īpašumā 100% Mērķa sabiedrību pamatkapitālu un līdz ar to arī vienpersonisku izšķirošu ietekmi pār Mērķa sabiedrībām pēc tam, kad tiks pabeigta Mērķa sabiedrību reorganizācija.
- 12 Atbilstoši KL 15. panta pirmās daļas 3. punkta noteikumiem tirgus dalībnieku apvienošanās ir tāds stāvoklis, kad viens tirgus dalībnieks iegūst tiešu vai netiešu izšķirošu ietekmi pār citu tirgus dalībnieku. Ņemot vērā minēto, paziņotā apvienošanās ir uzskatāma par apvienošanos KL 15. panta pirmās daļas 3. punkta izpratnē, kad viens tirgus dalībnieks iegūst tiešu vai netiešu izšķirošu ietekmi pār citu tirgus dalībnieku.

## III ADMINISTRATĪVAIS PROCESS IESTĀDĒ

- 13 KP 27.10.2022. saņemts LMT Ziņojums un 01.11.2022. Ziņojuma papildinājumi par tirgus dalībnieku apvienošanos, LMT iegūstot vienpersonisku izšķirošu ietekmi pār Mērķa sabiedrībām. Ziņojums atbilda Noteikumu Nr. 800 prasībām, tādējādi atbilstoši Noteikumu Nr. 800 4. punktam Ziņojuma saņemšanas diena KP ir 01.11.2022., kad arī uzsākta apvienošanās lietas Nr. KL\2.2-4.1\22\15 "Par SIA "Latvijas Mobilais Telefons" vienpersoniskas izšķirošas ietekmes iegūšanu pār SIA "ELEKTRONIKA-SERVISS", SIA "ServiceNet LV", AS "Speleta" un OÜ "ServiceNet EE"" (turpmāk – Lieta) izpēti.
- 14 Pamatojoties uz KL 16. panta pirmo daļu, KP 28.11.2023. nolēma uzsākt papildu izpēti Lietā.

## IV KONKRĒTIE TIRGI UN APVIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IETEKMĒTIE TIRGI

- 15 Saskaņā ar KL 1. panta 4. punktu "konkrētais tirgus – konkrētās preces tirgus, kas izvērtēts saistībā ar konkrēto ģeogrāfisko tirgu". KL 1. panta 5. punkts nosaka, ka "konkrētās preces tirgus – noteiktas preces tirgus, kurā ietverts arī to preču kopums, kuras var aizstāt ar šo noteikto precī konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū, ņemot vērā pieprasījumu un piedāvājuma aizstājamības faktoru, preču pazīmes un lietošanas īpašības". Savukārt KL 1. panta 3. punkts nosaka, ka "konkrētais ģeogrāfiskais tirgus ir ģeogrāfiskā teritorija, kurā konkurences apstākļi konkrētās preces tirgū ir pietiekami līdzīgi visiem šā tirgus dalībniekiem".

- 16 Atbilstoši Noteikumu Nr. 800 2. punktam apvienošanās rezultātā ietekmētais tirgus ir (1) konkrētais tirgus, kurā darbojas apvienošanā iesaistītie tirgus dalībnieki un (2) ar konkrēto tirgu, kurā darbojas viens no apvienošanā iesaistītiem tirgus dalībniekiem, vertikāli saistīts tirgus, kurā darbojas cits apvienošanā iesaistīts tirgus dalībnieks.
- 17 Tirgus dalībnieki ir pakļauti trīs galvenajiem konkurences ierobežojumu avotiem: pieprasījuma aizstājamībai, piedāvājuma aizstājamībai un iespējamai (potenciālajai) konkurencei. Ekonomiskā ziņā, definējot konkrēto tirgu, pieprasījuma aizstājamība visātrāk un visefektīvāk disciplinē attiecīgā produkta vai pakalpojuma piegādātājus, jo īpaši saistībā ar to lēmumiem par cenu noteikšanu. Apvienošanās dalībnieki nevar būtiski ietekmēt tirdzniecības nosacījumus, piemēram, cenas, ja to klientiem pastāv iespēja viegli pārorientēties uz pieejamiem aizstājošiem produktiem (pakalpojumiem) vai citā teritorijā esošiem piegādātājiem.
- 18 Pieprasījuma aizstāšanas novērtēšana saistīta ar to produktu vai pakalpojuma klāsta noteikšanu, kurus klients uzskata par aizstājamiem. Piedāvājuma aizstājamību var ņemt vērā, arī definējot tirgus tajās situācijās, kad tās ietekme efektivitātes un ātruma ziņā ir līdzvērtīga pieprasījuma aizstāšanas radītajai ietekmei. Tas nozīmē, ka piegādātāji spēj pārorientēt ražošanu konkrētu produktu ražošanai (vai pakalpojumu sniegšanai) un spēj tos realizēt īsā laika posmā bez būtiskām papildu izmaksām vai riskiem, saskaroties ar nelielām un pastāvīgām relatīvo cenu izmaiņām. Iespējamā konkurence, kas ir trešais konkurences ierobežojumu avots, netiek ņemta vērā, definējot tirgus. Vajadzības gadījumā šo analīzi veic vēlākā posmā (kas tika veikts arī Lietas ietvaros), parasti, kad attiecīgajiem tirgus dalībniekiem ir jau noteikts stāvoklis konkrētajā tirgū un šāds stāvoklis rada pamatu bažām no konkurences viedokļa.

### 3. Konkrētās preces tirgus

- 19 Ziņojumā ir norādīts, ka elektroierīču uzturēšana (angļu val. – *maintenance*) jeb remonts veido atsevišķu preču tirgu no minēto ierīču ražošanas, mazumtirdzniecības. Tāpat elektronikas iekārtu remonta pakalpojuma tirgu teorētiski ir iespējams iedalīt arī pēc remonta veida – iekārtas uzturēšana jeb remonts (angļu val. *hardware maintenance*) un programmatūras uzturēšana jeb remonts (angļu val. *software maintenance*). Atsevišķām ierīcēm parasti ir iespējama tikai iekārtas uzturēšana jeb remonts, jo tajās nav uzstādītas programmatūras.
- 20 Apvienošanās dalībnieki norāda, ka remonta pakalpojumi, ko sniedz apvienošanās dalībnieki, ietver abas minētās remonta komponentes elektroierīcēm, kurām uzstādīta programmatūra. Nereti arī klienti no remonta pakalpojumu sniedzējiem pamatā pieprasa tehniskās spējas abu pakalpojumu nodrošināšanai, līdz ar to no apvienošanās izvērtējuma viedokļa nav nepieciešams konkrētos preču tirgus dalīt sīkāk pēc remonta veida.
- 21 Apvienošanās dalībnieku ieskatā ietekmētie tirgi būtu iedalāmi sīkāk, attiecīgi elektronikas ierīču veidam. Uz to norāda atšķirības remontu veikšanā starp dažādiem preču veidiem, piemēram, lielā izmēra sadzīves tehnika nereti tiek remontēta uz vietas pie klienta, jo šādu ierīču transportēšana uz remonta darbnīcu ir sarežģītāka un dārgāka, salīdzinājumā ar mazāka izmēra elektronikas ierīcēm, piemēram, mobilajiem telefoniem.
- 22 Uz konkrētā preču tirgus segmentāciju norāda arī Eiropas Komisijas (turpmāk – EK) prakse un apsvērumi elektroierīču uzturēšanas jeb remonta tirgus (angļu val. *market for electrical appliances*) lietās<sup>1</sup>, kur elektroierīču mazumtirdzniecības tirgus segmentējams četrās lielās kategorijās: brūno preču<sup>2</sup>, balto preču<sup>3</sup>, mazās sadzīves tehnikas<sup>4</sup>, kā arī datoru un sakaru iekārtu

<sup>1</sup> EK 06.08.2007. lēmums lietā Nr. COMP/M.4727, *Segulah/Capman/jv*, 8.-14. punkts par konkrētās preces un konkrēto ģeogrāfisko tirgu. Pieejams angļu valodā:

[https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m4727\\_20070806\\_20310\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m4727_20070806_20310_en.pdf)

<sup>2</sup> Ar terminu brūnās preces (angļu val. *brown goods*) saprotamas tādas patērētāju elektronikas preces kā audio un vizuālās iekārtas, piemēram, CD un DVD atskaņotāji, televizori, video kameras, HI-FI, mājas kinozāles, stacionārie tālruņi, automātiskie atbildētāji, utt.

<sup>3</sup> Ar terminu baltās preces (angļu val. *white goods*) saprotamas tāda lielā sadzīves tehnika kā ledusskapji, veļas mašīnas, trauku mazgājamās mašīnas, drēbju žāvētāji, gaisa kondicionieri, utt.

<sup>4</sup> Ar terminu mazā sadzīves tehnika saprotamas tādas patērētāju elektronikas preces kā maizes tosteri, gludekļi,

- uzturēšanas jeb remonta pakalpojuma tirgos.
- 23 Arī līdzšinējā KP prakse<sup>5</sup> norāda, ka elektronikas iekārtu mazumtirdzniecības tirgus ir segmentējams sīkāk, piemēram, mājsaimniecības elektroniskās preces, līdz ar to arī elektronikas iekārtu uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgus būtu segmentējams, iedalot preces četrās lielās kategorijās, kas atšķiras pēc to izmēra, pielietojuma, programmatūras esamības un citiem faktoriem.
- 24 Apvienošanās dalībnieki Ziņojumā norādījuši, ka apvienošanās potenciāli ietekmē trīs konkrētās preces tirgus:
- 1) brūno preču uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgus;
  - 2) mazās sadzīves tehnikas uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgus;
  - 3) datoru un sakaru iekārtu uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgus.
- 25 LMT meitas sabiedrība LMTRL nodarbojas ar brūno preču, mazās sadzīves tehnikas, datoru un sakaru iekārtu mazumtirdzniecību, garantijas un pēc-garantijas uzturēšanas un remonta pakalpojumu sniegšanu. Savukārt Mērķa sabiedrības nodarbojas ar brūno preču, mazās sadzīves tehnikas, datoru un sakaru iekārtu, kā arī lielās sadzīves tehnikas jeb balto preču garantijas un pēc-garantijas uzturēšanas un remonta pakalpojumu sniegšanu, līdz ar to, norādāms, ka apvienošanās dalībnieku darbība balto preču garantijas un pēc-garantijas uzturēšanas un remonta pakalpojumu sniegšanā nepārklājas.
- 26 Apvienošanās dalībnieki nodarbojas gan ar dažādu elektronikas iekārtu mazumtirdzniecību, gan minēto iekārtu garantijas un pēc-garantijas remonta pakalpojumiem, līdz ar to tirgus definīcijas ietvaros ir svarīgi apskatīt duālo tirgu aspektu.
- 27 Duālie tirgi veidojas, ja saikne starp primāro iepirkumu lēmumiem un sekundāro produktu cenu noteikšanu ir vājāka, bet pastāv konkurence starp dažādiem sekundāro produktu piegādātājiem. Pircējam, kurš jau ir iegādājies primāro produktu, ir iespējams viegli pārslēgties starp dažādiem sekundāro produktu piegādātājiem, neciešot pārmērīgas pārslēgšanās izmaksas vai arī pāriet uz citu primāro produktu, lai izvairītos no augstākām cenām konkrētam zīmolam otrreizējā tirgū.<sup>6</sup>
- 28 Duālie tirgi konkrētajā gadījumā saprotami kā elektronikas iekārtu mazumtirdzniecība un elektronikas iekārtu remonta pakalpojumi, kas ir savstarpēji papildinoši pakalpojumi un rada nepieciešamību novērtēt, vai patērētājiem ir izvēles un pārslēgšanās iespējas uz citiem pakalpojumu sniedzējiem elektronikas iekārtu mazumtirdzniecībā vai arī elektronikas iekārtu remonta pakalpojumos, lai izvairītos no zaudējumiem, ko varētu radīt pārmērīgas cenas kādā no minētajiem pakalpojuma veidiem.
- 29 Konkrētajā gadījumā kā primārais tirgus ir nosakāms elektronikas iekārtu mazumtirdzniecība un kā sekundārais tirgus ir nosakāms elektronikas iekārtu garantijas un pēc-garantijas remonta pakalpojumi. Attiecībā uz elektronikas iekārtu mazumtirdzniecību, patērētājiem, tostarp arī apvienošanās dalībnieku klientiem, pastāv plašas izvēles iespējas pārslēgties uz pakalpojuma sniedzējiem, kuri savus pakalpojumus nodrošina gan ar klātienes tirdzniecību savos veikalos, gan attālinātu tirdzniecību internetā. Attiecībā uz elektronikas iekārtu garantijas remonta pakalpojuma sniegšanu, gan apvienošanās dalībnieki, gan KP aptaujātie tirgus dalībnieki un lielākie klienti norāda, ka pircējam nav iespējas izvēlēties elektronikas iekārtu garantijas remonta pakalpojuma sniedzēju, jo tā izvēli nosaka preču ražotājs. Pircējam, tostarp arī mazumtirgotājiem, šādi ierobežojumi nav būtiski, jo visas garantijas remonta laikā radušās izmaksas sedz preču ražotājs. Savukārt attiecībā uz elektronikas iekārtu pēc-garantijas remonta pakalpojumiem, pircējiem nepastāv šādi ierobežojumi, līdz ar to pircējiem ir iespēja brīvi izvēlēties pie kura pakalpojuma tas vēlas saņemt elektronikas iekārtu remonta pakalpojumus.
- 30 Elektronikas iekārtu remonta pakalpojumus arī iespējams segmentēt attiecīgi pakalpojuma apmaksātājam – gala patērētājam, mazumtirgotājam vai apdrošinātājam un ražotājam. Gala patērētāji

---

blenderi, utt.

<sup>5</sup> KP 30.10.2009. lēmums Nr. E02-40, *Samsung Electronics*.

<sup>6</sup> Lindsay A., Berridge A., "The EU Merger Regulation: Substantive Issues. Fifth Edition.", Thomson Reuters, 2017, 155. lpp.

apmaksā tos iekārtu remontus, kurus tie paši pēc savas iniciatīvas ir pieteikuši un saņēmuši pēc-garantijas periodā (turpmāk – B2C remonta pakalpojumi), savukārt ražotāji sedz visas ar remontu saistītās izmaksas tiem remontiem, kurus gala patērētāji ir pieteikuši un saņēmuši elektronikas iekārtas garantijas periodā (turpmāk – Ražotāju remonta pakalpojumi). Savukārt mazumtirgotāji un apdrošinātāji sedz to elektronikas iekārtu remonta pakalpojumu izmaksas, kuras radušās pagarinātās garantijas vai iekārtu apdrošināšanas gadījumos. Mazumtirgotāji un pēdējos gados arī apdrošinātāji līdz ar preces iegādi patērētājiem piedāvā iegādāties pagarināto garantiju, kur visas izmaksas iekārtu remonta pakalpojuma gadījumos, kas notikuši pēc ražotāja garantijas beigām, sedz mazumtirgotājs vai apdrošinātājs (turpmāk – Apdrošinātāju remonta pakalpojumi). Atsevišķos gadījumos arī mazumtirgotāji ir tiešie elektronikas iekārtu remonta pakalpojumu saņēmēji (turpmāk – B2B remonta pakalpojumi).

- 31 Apvienošanās dalībnieki ir snieguši informāciju gan par to sniegto elektronikas iekārtu remonta pakalpojumu struktūru attiecīgi segmentācijai pēc preču veida (skatīt šī lēmuma V sadaļu), gan pēc pakalpojuma saņēmēja.

Tabula Nr.1

**Sniegto elektronikas iekārtu remonta pakalpojumu struktūra attiecīgi pakalpojuma apmaksātājam**

	<b>LMTRL (*)</b>	<b>Mērķa sabiedrības (*)</b>
B2C remonta pakalpojumi	[<5%]	[20-30%]
B2B remonta pakalpojumi	[<5%]	[5-10%]
Apdrošinātāju remonta pakalpojumi	[75-85%]	[<5%]
Ražotāju remonta pakalpojumi	[10-20%]	[60-70%]

Avots: Apvienošanās dalībnieku sniegtā informācija un KP aprēķini

- 32 Tabulā redzamās atšķirības sniegto remonta pakalpojumu struktūrā ir skaidrojamas ar atšķirībām apvienošanās dalībnieku sniegto remonta pakalpojumu preču segmentācijā (skatīt šī lēmuma V sadaļu), kā arī būtiskām iekārtu dzīves cikla atšķirībām starp preču segmentiem, piemēram, viedtelefonu un citu viedierīču dzīves cikls ir ievērojami īsāks, salīdzinot ar balto preču (ledusskapji, veļas mazgājamās mašīnas, utt.) vai brūno preču (televizori, HI-FI, mājas kinozāles, utt.). Tas nozīmē, ka datoru un sakaru iekārtu tirgū lielāku īpatsvaru veidos preču garantijas ietvaros veiktie remonta pakalpojumi (Ražotāju un Apdrošinātāju remonta pakalpojumi), savukārt brūno un balto preču tirgū pēc Ražotāju remonta pakalpojumiem lielāko daļu ieņems tieši gala patērētāju pasūtītie iekārtu remontu (B2C remonta pakalpojumi).
- 33 Pamatojoties uz Ziņojumā sniegto un KP papildus iegūto informāciju, secināms, ka konkrētajā gadījumā apvienošanās ietekme uz konkurenci ir vērtējama kopā, neizdalot elektronikas iekārtu uzturēšanu jeb remontu iekārtas garantijas periodā un pēc-garantijas periodā, jo no pieprasījuma viedokļa patērētājiem neveidojas būtiski ierobežojumi.
- 34 Ņemot vērā lietas izpētes laikā iegūto informāciju, kā arī EK un KP praksi, lietā nosakāmi šādi konkrētie preču tirgi:
- 1) brūno preču uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgus;
  - 2) mazās sadzīves tehnikas uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgus;
  - 3) datoru un sakaru iekārtu uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgus.
- 35 Lietas izpētes laikā tika vērtētas arī šaurākas minēto tirgu definīcijas, bet pat pie šaurākās tirgus definīcijas (iedalot ietekmētos preču tirgus attiecīgi garantijas un pēc-garantijas remonta pakalpojumiem vai arī segmentējot norādītos preču tirgus sīkāk), apvienošanās rezultātā netiks

radīts vai nostiprināts dominējošais stāvoklis, kā arī netiks būtiski samazināta konkurence.

#### 4. Konkrētais ģeogrāfiskais tirgus

- 36 Ziņojumā ir norādīts, ka balto preču un mazās sadzīves tehnikas uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgi ir definējami ne plašāk kā nacionālā līmenī, kā pamatojumu minētajam apgalvojumam norādot, ka lielās sadzīves tehnikas un dažkārt arī mazās sadzīves tehnikas uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu sniegšanai nepieciešama pavisam cita komercdarbības organizēšana, proti, pārsvarā jānodrošina remonta sniegšana pie patērētāja uz vietas, attiecīgi nepieciešams plašs darbinieku un darbnīcu tīkls plašā teritorijā, kā arī attiecīgs transports gadījumiem, kad remonts tomēr jāveic darbnīcā.
- 37 Attiecībā uz brūno preču, datoru un sakaru iekārtu uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgiem, Ziņojumā ir norādīts, ka uzturēšanas, jeb remonta pakalpojumus pārsvarā iespējams sniegt vienā darbnīcā, plaši izmantojot elektronikas iekārtu sūtīšanu pa pastu vai caur pakomātiem, kā arī elektroierīču pieņemšanas punktus, bez plaša vietējo meistarību un darbnīcu tīkla. Brūno preču, datoru un sakaru iekārtu salīdzinoši zemās transporta izmaksas uz faktiskajām remonta vietām, darbnīcām, norāda, ka konkrētie remonta pakalpojuma tirgi būtu definējami plašāk kā nacionāla mēroga.
- 38 EK savā praksē<sup>7</sup> ir secinājusi, ka, lai arī elektroierīču īpašnieki pieprasa lokalizētus un ātrus remonta pakalpojumus, faktiski jau 2007. gadā Ziemeļvalstu un Igaunijas teritorijā pastāvēja pazīmes tam, ka mazāka izmēra elektroierīču, kuras ir piemērotas ātrai un ekonomiskai pārsūtīšanai uz citu valsti bez būtiskiem šķēršļiem un loģistikas izaicinājumiem, remonta pakalpojumu sakarā konkrētais ģeogrāfiskais tirgus ir definējams plašāk par vienas valsts robežām.
- 39 Uz plašāku ģeogrāfiskā tirgus definējumu brūno preču, datoru un sakaru iekārtu uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgos norāda arī publiski pieejamā informācija vairāku elektronikas iekārtu remonta pakalpojumu sniedzēju mājaslapās par to ģeogrāfiskās darbības apmēriem, piemēram, LMTRL – Baltijas valstu mērogā<sup>8</sup>, MTTC grupa – Baltijas valstīs un Polijā<sup>9</sup>, Polijas uzņēmums “QUADRA-NET” Sp. z o.o. - Baltijas valstīs, Polijā, Čehijā, Slovākijā, utt<sup>10</sup>.
- 40 Ziņojumā arī tiek norādīts, ka praksē atsevišķi lielie elektronikas iekārtu mazumtirgotāji, kas darbojas Latvijas teritorijā, nosūta pieteiktās elektroierīces remontam uz Lietuvu, piemēram, MTTC grupai, nevis vietējiem servisa centriem.
- 41 Ziņojumā tiek minēts, ka ražotāji, kas sadarbojas ar vairākiem autorizētiem servisa centriem Baltijas vai pat plašākā reģionā, pārsūta elektronikas ierīču partijas remontam no viena servisa centru uz otru, tādā veidā izlīdzinot remonta pakalpojumu sniedzēju servisa centru noslogojumu un samazinot iekārtas gaidīšanas laiku klientam jeb patērētājam.
- 42 Lietas izpētē iegūtā informācija norāda, ka brūno preču, kā arī datoru un sakaru iekārtu uzturēšanas jeb remonta tirgi būtu nosakāmi vismaz Baltijas valstu mērogā. Par to liecina tirgus dalībnieku sniegtais viedoklis attiecībā uz tirgus dalībnieku konkurenci elektronikas iekārtu remonta pakalpojuma tirgū, kur tirgus dalībnieki Latvijā konkurē ar minētā tirgus dalībniekiem pārējās Baltijas valstīs, kas liecina, ka konkurences apstākļi Baltijas valstīs ir līdzvērtīgi. To pamato arī iegūtie dati par tirgus dalībnieku sniegtajiem elektronikas iekārtu remonta pakalpojumu apjomiem brūno preču, kā arī datoru un sakaru iekārtu uzturēšanas jeb remonta tirgos, kur Lietuvas un Igaunijas uzņēmumiem daļa no apjoma veidojas tieši Latvijas Republikas teritorijā.
- 43 Lietas izpētes laikā tika aptaujāti arī elektronikas iekārtu remonta pakalpojuma tirgus lielākie

<sup>7</sup> EK 06.08.2007. lēmums lietā Nr. COMP/M.4727, *Segulah/Capman/jv*, 16. punkts.

<sup>8</sup> LMT Retail & Logistics zīmola “TSC” mājaslapā publiski pieejamā informācija. Pieejams: <https://www.tsc.lv/lv/footer-menu/par-tsc/par-servisa-centru>

<sup>9</sup> MTCC mājaslapā publiski pieejamā informācija. Pieejams angļu valodā: <https://www.mttc.eu/content/company>

<sup>10</sup> QUADRA-NET mājaslapā publiski pieejamā informācija. Pieejams angļu valodā: <https://www.quadra-net.pl/en/contact/>





Projektori, stacionārie tālruņi, faksi, UPS utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	[<5%]
<b>Kopā</b>	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	100.00%

Avots: Ziņojumā iekļautā informācija un KP aprēķini.

Tabula Nr. 3

**Mērķa sabiedrību veikto remontu skaits brūno preču uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgū 2020. gadā**

<b>REMONTU SKAITS 2020.g. (01.01-31.12)</b>	<b>Elektronika Serviss</b>	<b>ServiceNet LV</b>	<b>ServiceNet EE</b>	<b>Speleta</b>	<b>Kopā</b>	<b>Īpatsvars, % (*)</b>
Televizori utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	[70-80%]
Audio / Video preces	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	[20-30%]
Projektori, stacionārie tālruņi, faksi, UPS utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	[<5%]
<b>Kopā</b>	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	100.00%

Avots: Ziņojumā iekļautā informācija un KP aprēķini.

Tabula Nr. 4

**Mērķa sabiedrību veikto remontu skaits brūno preču uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgū 2021. gadā**

<b>REMONTU SKAITS 2021.g. (01.01-31.12)</b>	<b>Elektronika Serviss</b>	<b>ServiceNet LV</b>	<b>ServiceNet EE</b>	<b>Speleta</b>	<b>Kopā</b>	<b>Īpatsvars, % (*)</b>
Televizori utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	[70-80%]
Audio / Video preces	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	[20-30%]
Projektori, stacionārie tālruņi, faksi, UPS utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	[<5%]
<b>Kopā</b>	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	100.00%

Avots: Ziņojumā iekļautā informācija un KP aprēķini.

Tabula Nr. 5

**LMT grupas veikto remontu skaits brūno preču uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgū 2019. gadā**

<b>REMONTU SKAITS 2019.g. (01.01-31.12)</b>	<b>Igaunija</b>	<b>Latvija</b>	<b>Lietuva</b>	<b>Kopā</b>	<b>Īpatsvars, % (*)</b>
Televizori utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	[10-20%]

Audio / Video preces	(*)	(*)	(*)	(*)	[80-90%]
Projektori, stacionārie tālruņi, faksi, UPS utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	[<5%]
<b>Kopā</b>	(*)	(*)	(*)	(*)	100.00%

Avots: Ziņojumā iekļautā informācija un KP aprēķini.

Tabula Nr. 6

**LMT grupas veikto remontu skaits brūno preču uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgū 2020. gadā**

<b>REMONTU SKAITS 2020.g. (01.01-31.12)</b>	<b>Igaunija</b>	<b>Latvija</b>	<b>Lietuva</b>	<b>Kopā</b>	<b>Īpatsvars, % (*)</b>
Televizori utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	[<5%]
Audio / Video preces	(*)	(*)	(*)	(*)	[90-100%]
Projektori, stacionārie tālruņi, faksi, UPS utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	[<5%]
<b>Kopā</b>	(*)	(*)	(*)	(*)	100.00%

Tabula Nr. 7

**LMT grupas veikto remontu skaits brūno preču uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgū 2021. gadā**

<b>REMONTU SKAITS 2021.g. (01.01-31.12)</b>	<b>Igaunija</b>	<b>Latvija</b>	<b>Lietuva</b>	<b>Kopā</b>	<b>Īpatsvars, % (*)</b>
Televizori utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	[<5%]
Audio / Video preces	(*)	(*)	(*)	(*)	[90-100%]
Projektori, stacionārie tālruņi, faksi, UPS utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	[<5%]
<b>Kopā</b>	(*)	(*)	(*)	(*)	100.00%

Avots: Ziņojumā iekļautā informācija un KP aprēķini.

- 49 Tabulās Nr. 2 līdz Nr. 7 attēlotie dati norāda, ka apvienošanās dalībnieku veiktie remontu galvenokārt pārklājas audio un video preču segmentos, kas LMTRL laika periodā no 2019. līdz 2021. gadam veidoja (\*) [80-90%] un Mērķa sabiedrībām (\*) [20-30%] no kopējā veikto remontu skaita brūno preču remonta pakalpojumu tirgū. Mērķa sabiedrībām lielāko daļu no veiktajiem remontiem brūno preču tirgū veido televizori un pie tiem pieskaitāmā tehnika – (\*) [65-75%].
- 50 LMTRL norāda, ka lielāko daļu Latvijā pieņemto un veikto remontu skaitu brūno preču kategorijā sastāda (\*).
- 51 Ziņojumā norādīts, ka pēc apvienošanās dalībnieku tirgus daļu aprēķina (\*).
- 52 KP norāda, ka pēc lietas izpētes laikā iegūtās informācijas, apvienošanās dalībnieku tirgus daļu

brūno preču remonta pakalpojuma tirgū Baltijas teritorijā veidotu ne vairāk kā (\*) [50-60%], attiecīgi LMTRL – (\*) [10-20%] un Mērķa sabiedrībām – (\*) [30-40%]. Aprēķinātās tirgus daļas pilnībā neatspoguļo potenciālo konkurenci pēc apvienošanās, jo aprēķinā nav iekļauti dati no potenciāli lielākajiem tirgus dalībniekiem, UAB “SERVISA ICT” un UAB “MTTC”, līdz ar to apvienošanās dalībnieku tirgus daļa visticamāk būtu būtiski zemāka.

53 Ņemot vērā, ka apvienošanās dalībnieku specializācija brūno preču remonta pakalpojumu segmentos būtiski atšķiras, kā arī to, ka LMTRL brūno preču remonta apjomus lielā mērā veido viena konkrēta segmenta preces, apvienošanās rezultātā visticamāk nesamazināsies konkurence un neizveidosies vai nenostiprināsies dominējošais stāvoklis konkrētajā ietekmētajā tirgū.

#### 6. Mazās sadzīves tehnikas uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgus

54 Ziņojumā tiek norādīts, ka LMTRL darbība konkrētajā tirgū apjomu ziņā irniecīga ļoti mazā remontu skaita dēļ, proti, tie ir tikai atsevišķi remontu gadījumi un lielā daļā šo gadījumu attiecīgā ierīce nemaz netiek faktiski remontēta, bet gan nomainīta ar jaunu.

55 LMTRL norādīja, ka lielāko remontu skaitu mazās sadzīves tehnikas uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgū veido (\*).<sup>11</sup>

56 Ievērojot minēto, Lietas izpētē secināts, ka LMTRL sniegto pakalpojumu apjoms mazās sadzīves tehnikas uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgū irniecīgs, līdz ar to apvienošanās rezultātā netiks būtiski samazināta konkurence mazās sadzīves tehnikas uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgū.

#### 7. Datoru un sakaru iekārtu uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgus

57 Ziņojumā norādīts, ka apvienošanās dalībnieku dati par faktiski veikto remontu skaitu laika posmā no 2019. gada līdz 2022. gada vidum datoru un sakaru iekārtu remontu tirgū bija aptuveni (\*) [80-90%] LMT grupai pret (\*) [10-20%] Mērķa sabiedrībām. Skatīt tabulas Nr. 8 līdz Nr. 13.

Tabula Nr. 8

#### Mērķa sabiedrību veikto remontu skaits datoru un sakaru iekārtu uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgū 2019. gadā

REMONTU SKAITS 2019.g. (01.01-31.12)	Elektronika Serviss	ServiceNet LV	ServiceNet EE	Speleta	Kopā	Īpatsvars, % (*)
Portatīvie datori, galda datori, serveri, monitori, printeri, ploteri, skeneri utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	[60-70%]
Mobilie tālruni, planšetdatori	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	[30-40%]
Elektroskūteri, viedpulksteņi, droni utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	[<5%]
<b>Kopā</b>	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	100.00%

Avots: Ziņojumā iekļautā informācija un KP aprēķini.

Tabula Nr. 9

#### Mērķa sabiedrību veikto remontu skaits datoru un sakaru iekārtu uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgū 2020. gadā

<sup>11</sup> LMTRL 18.01.2023. vēstulē Nr. 3.1-013/2023.

<b>REMONTU SKAITS 2020.g. (01.01-31.12)</b>	<b>Elektronika Serviss</b>	<b>ServiceNet LV</b>	<b>ServiceNet EE</b>	<b>Speleta</b>	<b>Kopā</b>	<b>Īpatsvars, % (*)</b>
Portatīvie datori, galda datori, serveri, monitori, printeri, ploteri, skeneri utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	[70-80%]
Mobilie tālruņi, planšetdatori	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	[20-30%]
Elektroskūteri, viedpulksteņi, droni utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	[<5%]
<b>Kopā</b>	<b>(*)</b>	<b>(*)</b>	<b>(*)</b>	<b>(*)</b>	<b>(*)</b>	<b>100.00%</b>

Avots: Ziņojumā iekļautā informācija un KP aprēķini.

Tabula Nr. 10

**Mērķa sabiedrību veikto remontu skaits datoru un sakaru iekārtu uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgū 2021. gadā**

<b>REMONTU SKAITS 2021.g. (01.01-31.12)</b>	<b>Elektronika Serviss</b>	<b>ServiceNet LV</b>	<b>ServiceNet EE</b>	<b>Speleta</b>	<b>Kopā</b>	<b>Īpatsvars, % (*)</b>
Portatīvie datori, galda datori, serveri, monitori, printeri, ploteri, skeneri utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	[70-80%]
Mobilie tālruņi, planšetdatori	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	[20-30%]
Elektroskūteri, viedpulksteņi, droni utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	[<5%]
<b>Kopā</b>	<b>(*)</b>	<b>(*)</b>	<b>(*)</b>	<b>(*)</b>	<b>(*)</b>	<b>100.00%</b>

Avots: Ziņojumā iekļautā informācija un KP aprēķini.

Tabula Nr. 11

**LMT grupas veikto remontu skaits datoru un sakaru iekārtu uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgū 2019. gadā**

<b>REMONTU SKAITS 2019.g. (01.01-31.12)</b>	<b>Igaunija</b>	<b>Latvija</b>	<b>Lietuva</b>	<b>Kopā</b>	<b>Īpatsvars, % (*)</b>
Portatīvie datori, galda datori, serveri, monitori, printeri, ploteri, skeneri utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	[<5%]
Mobilie tālruņi, planšetdatori	(*)	(*)	(*)	(*)	[90-100%]
Elektroskūteri, viedpulksteņi, droni utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	[<5%]
<b>Kopā</b>	<b>(*)</b>	<b>(*)</b>	<b>(*)</b>	<b>(*)</b>	<b>100.00%</b>

Avots: Ziņojumā iekļautā informācija un KP aprēķini.

Tabula Nr. 12

**LMT grupas veikto remontu skaits datoru un sakaru iekārtu uzturēšanas jeb remonta**

**pakalpojumu tirgū 2020. gadā**

<b>REMONTU SKAITS 2020.g. (01.01-31.12)</b>	<b>Igaunija</b>	<b>Latvija</b>	<b>Lietuva</b>	<b>Kopā</b>	<b>Īpatsvars, % (*)</b>
Portatīvie datori, galda datori, serveri, monitori, printeri, ploteri, skeneri utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	[<5%]
Mobilie tālruņi, planšetdatori	(*)	(*)	(*)	(*)	[90-100%]
Elektroskūteri, viedpulksteņi, droni utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	[<5%]
<b>Kopā</b>	(*)	(*)	(*)	(*)	100.00%

Avots: Ziņojumā iekļautā informācija un KP aprēķini.

Tabula Nr. 13

**LMT grupas veikto remontu skaits datoru un sakaru iekārtu uzturēšanas jeb remonta pakalpojumu tirgū 2021. gadā**

<b>REMONTU SKAITS 2021.g. (01.01-31.12)</b>	<b>Igaunija</b>	<b>Latvija</b>	<b>Lietuva</b>	<b>Kopā</b>	<b>Īpatsvars, % (*)</b>
Portatīvie datori, galda datori, serveri, monitori, printeri, ploteri, skeneri utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	[<5%]
Mobilie tālruņi, planšetdatori	(*)	(*)	(*)	(*)	[90-100%]
Elektroskūteri, viedpulksteņi, droni utt.	(*)	(*)	(*)	(*)	[<5%]
<b>Kopā</b>	(*)	(*)	(*)	(*)	100.00%

Avots: Ziņojumā iekļautā informācija un KP aprēķini.

- 58 Tabulās Nr. 8 līdz Nr. 13 attēlotie dati norāda, ka apvienošanās dalībniekiem ievērojami atšķiras veikto remontu skaits audio un video preču segmentos. Piemēram, LMTRL laika periodā no 2019. līdz 2021. gadam lielāko daļu no veiktajiem remontiem datoru un sakaru iekārtu remonta pakalpojuma tirgū veido mobilie tālruņi un planšetdatori – (\*) [90-100%], savukārt, Mērķa sabiedrībām lielāko daļu no veiktajiem remontiem datoru un sakaru iekārtu remonta pakalpojuma tirgū šie dati datoru un sakaru iekārtu remonta pakalpojumu segmentos norāda uz apvienošanās dalībnieku dažādo specializāciju.
- 59 Ziņojumā norādīts, ka pēc apvienošanās dalībnieku tirgus daļu aprēķina (\*).
- 60 KP norāda, ka pēc lietas izpēti laikā iegūtās informācijas, apvienošanās dalībnieku tirgus daļa datoru un sakaru iekārtu remonta pakalpojuma tirgū Baltijas teritorijā veidotu ne vairāk kā (\*) [70-80%], attiecīgi LMTRL – (\*) [70-80%] un Mērķa sabiedrībām – (\*) [5-10%]. Aprēķinātās tirgus daļas pilnībā neatspoguļo potenciālo konkurenci pēc apvienošanās, jo aprēķinā iekļauti tikai puse no konkrētajā tirgū esošajiem tirgus dalībniekiem. Norādāms, ka aprēķinā nav iekļauti dati no potenciāli lielākajiem tirgus dalībniekiem – UAB “SERVISA ICT” un UAB “MTTC”, līdz ar to apvienošanās dalībnieku tirgus daļa visticamāk būtu būtiski zemāka. Tāpat norādāms, ka LMTRL potenciālais varas pieaugums pēc apvienošanās būs niecīgs, jo tas sev pievieno tirgus dalībnieku ar salīdzinoši mazu tirgus daļu, kura laika periodā no 2020. līdz 2022. gadam ir samazinājusies.
- 61 Ņemot vērā, ka apvienošanās dalībnieku specializācija datoru un sakaru iekārtu remonta

pakalpojumu segmentos būtiski atšķiras, kā arī to, ka minētos remonta pakalpojumus Latvijas teritorijā var aizvietot ar tāda paša veida remonta pakalpojumiem ārpus Latvijas teritorijas, apvienošanās rezultātā visticamāk nesamazināsies konkurence un neizveidosies vai nenostiprināsies dominējošais stāvoklis konkrētajā ietekmētajā tirgū.

## 8. Klientu pārklāšanās analīze

- 62 Viens no veidiem kā var novērtēt apvienošanās dalībnieku tirgus varu un potenciālo konkurenci pēc apvienošanās ir tirgus daļu analīze. Konkrētajā gadījumā, vērtējot elektronikas iekārtu remonta pakalpojumu tirgus, ir sarežģīti iegūt pilnīgu informāciju par tirgus daļām un līdz ar to arī novērtēt iespējamo tirgus situāciju apvienošanās rezultātā.
- 63 Precīzāku ieskatu par iespējamo tirgus situāciju apvienošanās rezultātā var sniegt arī novērtējums par klientu iespējām mainīt pakalpojuma piegādātāju konkrētajā tirgū un novērtējums par to, vai apvienošanās dalībnieki ir uzskatāmi par tuviem konkurentiem. Apvienoto pušu klientiem var rasties grūtības pārorientēties uz citiem piegādātājiem, ja ir maz alternatīvo piegādātāju vai tie saskaras ar ievērojamām pārorientācijas izmaksām, vai arī tie nesaskata citu piegādātāju kā iespējamo alternatīvu. Šādi klienti ir īpaši neaizsargāti pret cenu paaugstināšanu. Jo īpaši tas attiecas uz klientiem, kas ir izmantojuši divējāda veida ieguvu no diviem apvienošanās darījumā iesaistītiem uzņēmumiem, lai iegūtu konkurējošas cenas.<sup>12</sup>
- 64 Ņemot vērā iepriekš minēto, papildus izpētes ietvaros KP vērtēja apvienošanās dalībnieku pozīcijas elektroiekārtu remonta pakalpojuma tirgos, izmantojot klientu pārklāšanās analīzi<sup>13</sup>, novērtējot to klientu skaitu, kas konkrētajā tirgū pakalpojumu izvēlējās saņemt no abiem apvienošanās dalībniekiem. KP veiktā klientu pārklāšanās analīze ir attiecināma uz visiem preču tirgiem kopumā.
- 65 Ja pušu kopīgo klientu īpatsvars uz visu klientu kopskaitu ir nozīmīgs, tad apvienotajam uzņēmumam ir stimulants celt cenas, kas konkrētos klientus padara īpaši neaizsargātus, ja tie iepērk precī vai pakalpojumu tikai no apvienošanās iesaistītajām pusēm. Izvērtējot LMTRL un Mērķa sabiedrību lielākos klientus par 2022. gadu, klientu pārklāšanās analīze uzrāda nenozīmīgu klientu skaitu, kas pārklājas – 9.76%, līdz ar to secināms, ka apvienotajam uzņēmumam nebūs stimula celt cenas.
- 66 Aptaujātie tirgus dalībnieki norāda, ka noslēgt līgumus ar elektronikas iekārtu ražotājiem ir grūtāk nekā ar tirdzniecības un apdrošināšanas uzņēmumiem, jo tirdzniecības uzņēmumi izvēlas noslēgt līgumus ar pēc iespējas lielāku skaitu servisa uzņēmumu, kas tiem rada lielāku izvēles iespēju starp servisa pakalpojuma sniedzējiem. Savukārt apdrošināšanas uzņēmumi izvēlas līgumus slēgt ar tādiem servisa pakalpojuma sniedzējiem, kuri var apkalpot pēc iespējas lielāku dažādu kategoriju tehnikas vienību apjomu.
- 67 Analizējot klientu, kas pārklājas, struktūru, ir secināms, ka lielāko daļu no tiem sastāda mazumtirgotāji, mobilo sakaru operatori un apdrošināšanas pakalpojumu sniedzēji, līdz ar to pamatā pārklājas to klientu daļa, kas izvēlas slēgt līgumus ar vairākiem elektronikas iekārtu remonta pakalpojuma sniedzējiem.
- 68 Analizējot Ziņojumā norādīto informāciju par LMTRL un Mērķa sabiedrību noslēgtajiem sadarbības līgumiem ar elektronikas iekārtu ražotājiem, kā arī mazumtirgotājiem, kas konkrētajā teritorijā oficiāli pārstāv elektronikas iekārtu ražotājus, apvienošanās dalībnieku noslēgto līgumu pārklāšanās īpatsvars veido vien 3.98%, kas nav vērtējama kā būtiska.

## 9. Ieiešana Lietā definētajos tirgos un šķēršļi darbības paplašināšanai tajos

- 69 Apvienošanās, visticamāk, neradīs vai nepalielinās tirgus varu vai atvieglos tās īstenošanu, ja

<sup>12</sup> Pamatnostādnes par horizontālo apvienošanās novērtēšanu saskaņā ar Padomes Regulu par uzņēmumu koncentrāciju kontroli (2004/K 31/03), 31. punkts.

<sup>13</sup> Jo lielāka to klientu proporcija, kas iegādājas precī no abiem apvienošanās dalībniekiem un neuzskata citus piegādātājus par iespējamām alternatīvām, jo lielāka iespēja apvienotajam tirgus dalībniekam celt cenas. Gore D., Lewis S., Lofaro A., *The Economic Assessment of Mergers under European Competition Law*, Cambridge University Press, 2019, 184. lpp.

ienākšana tirgū ir tik vienkārša, ka tirgus dalībnieki pēc apvienošanās kolektīvi vai vienpusēji nevarētu izdevīgi uzturēt cenu pieaugumu virs iepriekšējās apvienošanās līmeņa. Šāda ienākšana, visticamāk, atturēs no pret konkurenci vērstas apvienošanās tās sākumposmā vai atturēs vai neitralizēs ietekmi uz konkurenci. Ienākšana ir vienkārša, ja ienākšana ir savlaicīga, iespējama un pietiekama apjoma, rakstura un apmēra ziņā, lai atturētu vai neitralizētu ietekmi uz konkurenci.<sup>14</sup>

- 70 Ziņojumā kā galvenais šķērslis ienākšanai elektronikas iekārtu remonta pakalpojuma tirgos norādītas tieši ekonomiskās barjeras jeb augstie kapitālieguldījumi, kas ir nepieciešami, lai jauni tirgus dalībnieki spētu ienākt minētajā tirgū. Attiecībā uz administratīvajām un tehnoloģiskajām barjerām, Ziņojumā tiek norādīts, ka tās ir neesošas vai nebūtiskas, jo nepastāv tādi, būtiski administratīvie šķēršļi, kas spētu ierobežot jaunu dalībnieku ienākšanu tirgū. Kā piemērs ienākšanai tirgū un aktīvu attīstību tiek norādīts uz “Smart Master” servisa centra izveidi Lietuvā.
- 71 Lietas izpētes laikā aptaujātie tirgus dalībnieki norādīja, ka viens no būtiskākajiem šķēršļiem jaunu dalībnieku ienākšanai Lietuvā definētajos tirgos ir nepieciešamie augstie kapitālieguldījumi, kas nepieciešami darbības uzsākšanai – atbilstošas telpas, instrumenti un iekārtas, attiecīgi apmācīts personāls, kā arī finanšu līdzekļi remonta pakalpojumu sniegšanas darbības nodrošināšanai.
- 72 Tirgus dalībnieki arī norādīja, ka iegūt un noturēt autorizēta servisa centra licenci nav vienkārši, jo pēdējo gadu laikā ražotāji ir paaugstinājuši prasības attiecībā uz sniegto elektronikas iekārtu remonta pakalpojumu apjomu un kvalitāti. Tāpat tiek norādīts, ka dažkārt ražotāji nav ieinteresēti atvērt papildus servisa centrus, ja Baltijas valstu teritorijā šāds servisa centrs jau eksistē, kas ievērojami apgrūtina mazo tirgus dalībnieku attīstības iespējas. Salīdzinoši vieglāk ir noslēgt sadarbības līgumus ar tirdzniecības un apdrošināšanas uzņēmumiem par garantijas vai apdrošināšanas remonta pakalpojuma sniegšanu, jo tirdzniecības uzņēmumi pamatā izvēlas noslēgt sadarbības līgumus ar vairākiem remonta pakalpojuma sniedzējiem reizē, tādā veidā palielinot savas izvēles iespējas. Savukārt apdrošināšanas uzņēmumi izvēlas slēgt sadarbības līgumus ar tādiem remonta pakalpojuma sniedzējiem, kuri var apkalpot pēc iespējas lielāku dažādu kategoriju elektronikas iekārtu vienību apjomu. Papildus tam, tirgus dalībnieki norāda uz kvalificētu darbinieku trūkumu, nepieciešamo laiku jaunu darbinieku apmācībai, kā arī nepieciešamajiem finanšu līdzekļiem esošo darbinieku noturēšanai.
- 73 Lietas izpētes laikā iegūtā informācija norāda, ka brūno preču, kā arī datoru un sakaru iekārtu remonta pakalpojuma sniedzējam faktiski nav jāatrodas vienā valstī ar gala patērētājiem, jo elektronikas iekārtu mazumtirgotāji nodrošina starpnieka lomu, savācot remontam paredzētās iekārtas savās tirdzniecības vietās un nosūtot tās remonta pakalpojuma sniedzējam. Par to liecina arī publiski pieejamā informācija par UAB “SERVISA ICT”<sup>15</sup> un UAB “MTTC”<sup>16</sup>, kas norāda, ka abi tirgus dalībnieki joprojām piedāvā savus elektronikas iekārtu remonta pakalpojumus gan Latvijā, gan Igaunijā, lai gan abi tirgus dalībnieki ir pārtraukuši savu klātienē darbību abās minētajās valstīs. Šāds darbības modelis tirgus dalībniekam ļauj ar mazākām izmaksām paplašināt savu darbību tirgū, jo nav nepieciešams veidot jaunus servisa centrus valstīs, kur tas vēlas izvērst savu darbību.
- 74 Var secināt, ka ienākšanai elektronikas iekārtu remonta pakalpojumu tirgū ir finansiāli un tehnoloģiski šķēršļi, kas var nopietni kavēt jaunu tirgus dalībnieku ienākšanu konkrētajā tirgū, tomēr nepastāv tādi būtiski šķēršļi, kas ierobežotu vai pilnībā izslēgtu jaunu dalībnieku ienākšanu tirgū, kā arī esošo tirgus dalībnieku darbības paplašināšanos un attiecīgi tirgus spēka palielināšanu.

<sup>14</sup> US Horizontal Merger Guidelines (19.08.2010.) 9. punkts, 4. rindkopa. Pieejams:

<https://www.justice.gov/atr/horizontal-merger-guidelines-08192010>

<sup>15</sup> Servisa ICT mājaslapā publiski pieejamā informācija. Pieejams angļu valodā: <https://servisaict.eu/en/#features>

<sup>16</sup> MTCC mājaslapā publiski pieejamā informācija. Pieejams angļu valodā: <https://www.mttc.eu/content/company>

## 10. Potenciālie apvienošanās ieguvumi

- 75 Ziņojumā tiek aprakstīti apvienošanās radītie ieguvumi, kas pamatā iedalāmi īstermiņa un ilgtermiņa ieguvumos. (\*)
- 76 Papildus tam Ziņojumā norādītas arī sinerģijas, kas varētu rasties no LMTRL un Mērķa sabiedrību apvienošanās:
- 1) (\*)
  - 2) (\*)
  - 3) (\*)
  - 4) (\*)
  - 5) (\*)
- 77 Lietas izpētes laikā tika aptaujāti arī elektronikas iekārtu remonta pakalpojumu tirgus dalībnieki un lielākie klienti. Lielākā daļa no aptaujātajiem norādīja, ka apvienošanās rezultātā varētu uzlaboties LMTRL un Mērķa sabiedrību sniegto pakalpojumu kvalitāte, samazināties remontu veikšanas termiņi. Atsevišķi aptaujātie norādīja arī uz potenciālu cenu samazinājumu, ņemot vērā, ka apvienotajam tirgus dalībniekam radīsies apjoma ieguvumi (*economy of scope*), piemēram, pieaugot iekārtu rezerves daļu iepirkumu apjomiem varētu samazināties rezerves daļu cenas un piegādes izmaksas uz vienu vienību, kā arī uzlabotos loģistikas procesi (*economy of scale*), pārsūtot iekārtas no to savākšanas punkta uz remonta veikšanas vietu, jo varētu reizē organizēt lielākus sūtījumus.
- 78 KP ir izvērtējusi Ziņojumā sniegto informāciju par plānotajiem efektivitātes ieguvumiem un norāda, ka, lai KP varētu ņemt vērā apgalvojumus par efektivitāti, šai efektivitātei ir jāsniedz pakalpojuma ņēmējiem priekšrocības, tai jāattiecas uz konkrēto apvienošanos un tai jābūt pārbaudāmai. Tālāk norādītajiem nosacījumiem ir jāizpildās kumulatīvi:
- 1) ir jāpierāda, ka elektronikas iekārtu remonta pakalpojuma ņēmēji apvienošanās rezultātā iegūs tādas priekšrocības kā, piemēram, cenu pazemināšana vai uzlaboti pakalpojumi, ko nodrošinātu ietaupījumi un uzlabojumi ražošanā vai realizācijā. Tādējādi, piemēram, (\*), jānorāda, kādā veidā šis ieguvums tiks nodots klientiem;
  - 2) ieguvumiem ir jābūt pārbaudāmiem, proti, efektivitātes ieguvumus pēc iespējas būtu jānosaka kvantitatīvi<sup>17</sup>, piemēram, kādi tiek prognozēti investīciju apjomi izpētē un produktu attīstībā, kas pēc vērtības ir mazie uzņēmumi, kuri nevar veikt šādas investīcijas, cik ilgs laiks nepieciešams un kāda pēc vērtības būtu ekonomiskā atdeve;
  - 3) ir jāparāda, ka efektivitāti ir izraisījusi apvienošanās un šos ieguvumus nevar sasniegt līdzīgā apmērā, izmantojot citas alternatīvas. Piemēram, bez apvienošanās nebūtu iespējams (\*).
- 79 Izvērtējot minēto informāciju, KP norāda, ka pierādīšanas pienākums par plānotajiem efektivitātes ieguvumiem gulstas uz apvienošanās dalībniekiem. Pamatnostādnēs par horizontālo apvienošanos novērtēšanu saskaņā ar Padomes Regulu par uzņēmumu koncentrāciju kontroli (2004/K 31/03) (turpmāk – Pamatnostādnes), ir norādīts, ka apvienošanās novērtējumā EK izskata jebkuru pamatotu apgalvojumu par efektivitāti.<sup>18</sup>
- 80 KP secina, ka LMTRL vismaz daļu no minētajiem ieguvumiem var sasniegt arī bez apvienošanās ar Mērķa sabiedrībām, piemēram, (\*), jo LMTRL jau šobrīd veic elektronikas iekārtu mazumtirdzniecību dažādās produktu kategorijās. Ievērojot minēto, Iesniedzēja norādītie ieguvumi kopumā neatbilst Pamatnostādņu prasībām.
- 81 Vienlaikus KP savā vērtējumā, līdzīgi kā EK<sup>19</sup>, ņem vērā to, ka konkrētās apvienošanās efekts ir ģenerēt efektivitāti (\*), kas var sniegt klientiem ieguvumus.

<sup>17</sup> Ja nepieciešamie dati nav pieejami, lai varētu veikt precīzu kvantitatīvo analīzi, ir jābūt iespējamam paredzēt skaidri identificējamu pozitīvu ietekmi uz klientiem.

<sup>18</sup> Pamatnostādnes par horizontālo apvienošanos novērtēšanu saskaņā ar Padomes Regulu par uzņēmumu koncentrāciju kontroli (2004/K 31/03), 77. punkts.

<sup>19</sup> Lindsay A., Berridge A., "The EU Merger Regulation: Substantive Issues. Fifth Edition.", Thomson Reuters, 2017, 295. lpp.



- 82 KP norāda, ka Ziņojumā sniegtā informācija par efektivitātes ieguvumiem ir ņemta vērā, vērtējot to kopsakarā ar informāciju par konkurences apstākļiem, kas radīšies tirgū apvienošanās rezultātā.
- 83 Vērtējot Ziņojumā sniegto informāciju par efektivitātes ieguvumiem, KP norāda, ka vismaz daļa no tiem ir paredzēti, lai elektronikas iekārtu remonta pakalpojumus klientiem sniegtu kvalitatīvāk, ērtāk un efektīvāk.

### **11. Gala secinājumi**

- 84 Analizējot apvienošanās dalībnieku sniegto remonta pakalpojumu apjomu, ir secināms, ka būtiski atšķiras apvienošanās dalībnieku veikto remonta pakalpojumu struktūra pēc preču veidiem. LMTRL ir specializējies datoru un sakaru iekārtu remonta pakalpojumu sniegšanā, kamēr Mērķa sabiedrības ir specializējušās brūno preču remonta pakalpojumu sniegšanā. Arī smalkāka analīze attiecīgi katra preču tirgus segmentācijai norāda, ka apvienošanās dalībnieku darbība ietekmētajos tirgos pārklājas salīdzinoši mazā apmērā.
- 85 Vērtējot lielāko klientu sniegtos viedokļus, lai gan primāri priekšroka tiek dota elektronikas iekārtu remontu saņemt Latvijas teritorijā, aptaujātie norāda, ka apvienošanās dalībnieku sniegtos pakalpojumus dažādu elektronikas iekārtu remonta tirgos Latvijas teritorijā ir iespējams aizvietot ar tāda paša veida pakalpojumiem ārpus Latvijas teritorijas. Uz to norāda arī jau esošā situācija, kad atsevišķi klienti daļu no iekārtām nosūta remonta pakalpojuma sniedzējiem uz Lietuvu.
- 86 Vienlaikus analizējot iespēju, ka apvienošanās dalībnieki varētu uzskatīt par iespējamu, ekonomiski izdevīgu un tādējādi ieteicamu izstrādāt tādu ilgtspējīgas rīcības modeli tirgū, kuras mērķis ir tirdzniecība par paaugstinātām cenām vai arī ar mērķi kavēt vai kādā citā veidā ietekmēt tirgus dalībniekus pakārtotajos tirgos, piemēram, mobilo sakaru pakalpojumi vai arī elektronikas iekārtu mazumtirdzniecība, LMTRL, sniedzot informāciju KP, ir norādījis, ka daļā no ar ražotājiem noslēgtajiem autorizētā servisa līgumiem ir iekļauti ne-diskriminācijas noteikumi, kas paredz vienādu attieksmi pret visiem klientiem. LMTRL arī norādīja uz ražotāju veikto autorizētā servisa remonta pakalpojumu kvalitātes monitoringu attiecībā uz klientiem, kur, piemēram, tiek vērtēts remonta ātrums, kvalitāte, un klientu apmierinātība, līdz ar to, pat ja LMTRL mēģinātu diskriminēt kādu no klientiem, LMTRL riskētu zaudēt autorizētā servisa līgumu.
- 87 Arī veiktā LMTRL un Mērķa sabiedrību lielāko klientu, kā arī noslēgto sadarbības līgumu ar elektronikas iekārtu ražotājiem un mazumtirgotājiem pārklāšanās analīze par 2022. gadu, kad pārklāšanās bija attiecīgi 9.76% un 3.98%, norāda uz to, ka pārklāšanās nav vērtējama kā būtiska un apvienotajam uzņēmumam nebūs stimula celt cenas.
- 88 Izvērtējot Ziņojumā sniegto un KP rīcībā esošo informāciju, secināms, ka apvienošanās rezultātā būtiski nemainīsies tirgus struktūra, nemazināsies konkurence un neizveidosies vai nenostiprināsies dominējošais stāvoklis nevienā no ietekmētajiem tirgiem.

Ņemot vērā minēto un pamatojoties uz Konkurences likuma 8. panta pirmās daļas 5. punktu, 15. panta pirmās daļas 3. punktu un 16. panta otro un ceturto daļu, Konkurences padome

### **nolēma:**

atļaut apvienošanos, SIA "Latvijas Mobilais Telefons" iegūstot vienpersonisku izšķirošu ietekmi pār SIA "ELEKTRONIKA-SERVISS", SIA "ServiceNet LV", AS "Speleta" un OÜ "ServiceNet EE".

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

(\*) – Ierobežotas pieejamības informācija

Priekšsēdētājs

J. Gaiķis