



KONKURENCES PADOME

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

L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 87

(Prot. Nr.36, 2.§)

2008. gada 13. augustā

Par lietas izpētes izbeigšanu

Lieta Nr.1681/07/10/13

Par Konkurences likuma 13.panta 4.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „Tele2” darbībā

Konkurences padome 16.07.2007. saņēma SIA „Mobīlie pakalpojumi” 13.07.2007. iesniegumu (turpmāk tekstā – Iesniegums), kurā SIA „Mobīlie pakalpojumi” norādīja uz SIA „Tele2” dominējošo stāvokli attiecībā uz balss sakaru abonentu un priekšapmaksas karšu lietotāju apkalpošanu paaugstināta tarifa īsziņu tirgū, kā arī lūdza Konkurences padomi pārbaudīt, vai SIA „Tele2” konkrētā rīcība nav uzskatama par Konkurences likuma 13.panta pārkāpumu.

Konkurences padome 23.07.2007. nosūtīja SIA „Mobīlie pakalpojumi” vēstuli Nr.1725, kurā norādīja uz Iesnieguma noformējuma neatbilstību Konkurences likuma 23.panta otrās daļas prasībām.

Konkurences padome 31.07.2007. saņēma SIA „Mobīlie pakalpojumi” vēstuli, kurā SIA „Mobīlie pakalpojumi” papildināja Iesniegumu, iesniedzot Konkurences padomē SIA „Mobīlie pakalpojumi” un SIA „Tele2” 01.02.2007. līgumu Nr.0102/2007, kura noteikumi satur ienākumu sadalījuma modeli par Satura uzskaites sniegšanas pakalpojumu. SIA „Mobīlie pakalpojumi” norādīja, ka saskaņā ar iepriekš minētā līguma noteikumiem tirgus dalībnieki ar lielu apgrozījumu iegūst izšķirošas priekšrocības pret mazajiem tirgus dalībniekiem, padarot mazo tirgus dalībnieku piedāvājumus par konkurēt nespējīgiem.

Konkurences padome 15.08.2007., pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 1.punktu, 22.panta 1.punktu un 23.panta pirmo un trešo daļu, ierosināja lietu par Konkurences likuma 13.panta 4.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „Tele2” darbībā (Prot. Nr.46, 4.§) (turpmāk tekstā – Lieta).

Saskaņā ar Konkurences likuma 26.panta sesto daļu 2008.gada 24.jūlijā SIA „Tele2” (vēstule Nr.1987) un SIA „Mobīlie pakalpojumi” (vēstule Nr.1986) tika nosūtīti paziņojumi par lēmuma pieņemšanai nepieciešamo faktu konstatēšanu, vienlaicīgi informējot procesa dalībniekus par tiesībām 10 dienu laikā no paziņojuma saņemšanas brīža iepazīties ar lietu, izteikt savu viedokli un iesniegt papildu informāciju. SIA „Tele2” izmantoja tiesības

iepazīties ar lietu. SIA „Mobīlie pakalpojumi” neizmantoja tiesības iepazīties ar lietu, izteikt savu viedokli un iesniegt papildu informāciju.

„Mobīlie pakalpojumi” ir sabiedrība ar ierobežoto atbildību, kura reģistrēta Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā ar vienoto reģistrācijas Nr.40003678583, tās juridiskā adrese – Ezermāja 7, Jaunpils, Tukuma raj., Latvija.

„Tele2” ir sabiedrība ar ierobežoto atbildību, kura reģistrēta Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā ar vienoto reģistrācijas Nr.40003272854, tās juridiskā adrese – Mūkusalas iela 41b, Rīga, Latvija.

Lietas izpētes gaitā Konkurences padome pieprasīja informāciju un saņēma atbildes no SIA „Tele2”, SIA „Mobīlie pakalpojumi” un citiem satura pakalpojuma sniedzējiem.

Izvērtējot Lietas izpētes gaitā iegūtos materiālus, Konkurences padome

konstatē:

1. SIA „Tele2” un SIA „Mobīlie pakalpojumi” darbības veidi

SIA „Tele2” uzņēmējdarbību veic elektronisko sakaru pakalpojumu jomā. SIA „Tele2” ir Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisijā 2005.gada 22.novembrī reģistrēts elektronisko sakaru komersants ar Nr.S10321. SIA „Tele2” ir tiesīga sniegt mobilās vietējās balss telefonijas pakalpojumus, starptautiskos balss telefonijas pakalpojumus, datu un elektronisko ziņojumu pārraides pakalpojumus, nomāto līniju pakalpojumus, Internet piekļuves pakalpojumus Latvijas Republikas teritorijā. Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 9.punkta definīciju, SIA „Tele2” ir uzskatāma par tirgus dalībnieku.

SIA „Mobīlie pakalpojumi” ir uzņēmums, kas Latvijas tirgū nodarbojas ar mobilo norēķinu sistēmu izstrādi, ieviešanu un uzturēšanu. Komerksabiedrības pamatdarbība ir tehniskās platformas uzturēšana, ar kuras palīdzību gala klientiem tiek nodrošināta iespēja norēķināties par pakalpojumiem ar mobilā tālruņa palīdzību. Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 9.punkta definīciju, SIA „Mobīlie pakalpojumi” ir uzskatāma par tirgus dalībnieku.

2. Satura pakalpojuma sniegšanas būtība

Izvērtējot Konkurences padomē iesniegto informāciju no satura pakalpojuma sniegšanas tirgus dalībniekiem, tika konstatēts, ka ir vairāki tirgus dalībnieki, kas paši veido vai iepērk vairumā noteikto saturu. Kā satura objektus (*content object*) var minēt legālu mūziku, videofilmas u.c. videoierakstus, mobilo saturu (logotipi, mono un polifoniskās zvanu melodijas, spēles, informatīvas īsziņas, jaunākas ziņas, bildes, apsveikuma kartes, multivides klipī, laika plānošanas rīki, virtuālie mīļi u.c.). Mobilo saturu var saņemt īsziņas formā vai izmantojot datu pārraidi un telefonā ielādējamus failus, vai izmantojot speciāli mobilajiem tālruņiem adaptētus tīkla resursus (WAP lapas).

Pēc satura izveidošanas satura nodrošinātāji paši vai caur satura piegādātājiem realizē saturu gala patērētājiem (personām, kas vēlas iegādāties saturu). Ja pakalpojuma sniegšanas ķēdē ir iesaistīts satura piegādātājs, tas veic starpnieka lomu, kurš nodrošina attiecīga satura nogādāšanu gala klientam. Bieži vien satura piegādātāji nodrošina satura realizāciju, noslēdzot sadarbības līgumus ar mobilo sakaru operatoriem. Tādējādi gala klientam rodas iespēja iegādāties saturu, norēķinoties par to ar paaugstināta tarifa īsziņu (WAP gadījumā arī maksa par datu pārraidi).

Norēķini ar paaugstināta tarifa īsziņu tiek izmantoti WAP, WEB portālos, dažādos konkursos un aptaujās presē un televīzijā. Tāpat pastāv arī citi satura veidi, ko piedāvā iegādāties attālināti, un to iegāde notiek līdzīgi – tie ir vairāki pakalpojumi, ko var apmaksāt tajā skaitā ar paaugstināta tarifa īsziņu. Šajā gadījumā paaugstināta tarifa īsziņas mērķis ir maksājums, piemēram, samaksa par auto stāvvietu, par biļeti, par piekļuvi bezvadu internetam, par piekļuvi interneta lapai, par satura ielādi no interneta mājas lapas, piemēram,

Tildes vārdnīcas Letonika abonēšana, maksa par mūzikas albumu lejupielādi, video filmu lejupielādi, maksa par laikraksta *.pdf faila veida lejupielādi u.c.

Lai nodrošinātu satura pasūtījumu, kā arī piegādi patērētājam, ir tehniski jānodrošina datu pieslēgumi mobilo operatoru publiskajiem elektronisko sakaru tīkliem un satura nodrošinātāja (veidotāja) serverim. Mobilo sakaru operatoru funkcijas kopējā pakalpojuma sniegšanas ķēdē ir gala lietotāja (kas var būt tikai šī mobila operatora mobilā tīkla lietotājs) nosūtītās īsziņas maršrutēšana uz noteiktu SMS vārteju, satura īsziņas piegāde gala lietotājam, gala lietotāja nosūtītās un/vai saņemtās īsziņas tarifkācija, pakalpojuma apmaksas aprēķins un iekasēšana.

3. Konkrētais tirgus

Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 4.punktu „konkrētais tirgus ir konkrētās preces tirgus, kas izvērtēts saistībā ar konkrēto ģeogrāfisko tirgu”. Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 5.punktu „konkrētās preces tirgus ir noteiktas preces tirgus, kurā ietverts arī to preču kopums, kuras var aizstāt šo noteikto precī konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū, ņemot vērā pieprasījuma un piedāvājuma aizstājamības faktoru, preču pazīmes un lietošanas īpašības”, un saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 3.punktu „konkrētais ģeogrāfiskais tirgus ir ģeogrāfiskā teritorija, kurā konkurences apstākļi konkrētās preces tirgū ir pietiekami līdzīgi visiem šā tirgus dalībniekiem, un tādēļ šo teritoriju var nošķirt no citām teritorijām”.

3.1. Konkrētās preces tirgus

Ņemot vērā Lietas izpētes gaitā konstatēto, secināms, ka pastāv vairāki satura nodrošināšanas pakalpojuma posmi, sākot no konkrētā satura izstrādes (ar ko nodarbojas satura nodrošinātājs) līdz satura piegādes nodrošināšanai gala patērētājam (par šo posmu parasti ir atbildīgs vai nu pats satura veidotājs, vai arī satura piegādātājs). Minētajā satura nodrošināšanas procesā var izdalīt vēl vienu un tikpat svarīgu posmu, proti, satura uzskaiti un tarifcēšanu.

Saskaņā ar SIA „Mobilie pakalpojumi” iesniegumā minēto, SIA „Tele2” kā viens no mobilo sakaru operatoriem nodrošina transakciju uzskaiti, tarifcēšanu un naudas iekasēšanu no gala klientiem par satura pakalpojumu. Par saviem pakalpojumiem mobilie operatori ietur komisijas maksu, kuru nosaka neatkarīgi viens no otra.

Ņemot vērā to, ka savā iesniegumā SIA „Mobilie pakalpojumi” lūdza Konkurences padomi pārbaudīt, vai SIA „Tele2” darbībā, ieviešot progresīvu samaksas sistēmu par satura uzskaites un tarifcēšanas pakalpojumu, ir konstatējams Konkurences likuma 13.panta pārkāpums, secināms, ka konkrētās preces tirgus noteikšanai ir jāvērtē norēķināšanas un tarifcēšanas veidi par satura nodrošināšanas pakalpojumu.

SIA „Tele2” norādīja, ka SIA „Mobilie pakalpojumi” Iesniegumā minētie jautājumi ir skatāmi un vērtējami mobilā satura norēķinu uzskaites pakalpojumu tirgus kontekstā, kur attiecīgo pakalpojumu sniedz ne tikai mobilo elektronisko sakaru pakalpojumu sniedzēji, bet arī citi komersanti, piemēram, bankas (internetbankas), elektroniskās naudas institūcijas (piemēram, CityCredit), visiem atrodoties savstarpējas konkurences stāvoklī.

Konkurences padome konstatēja, ka satura nodrošināšanas tirgū šobrīd pastāv četri norēķināšanas veidi par satura nodrošināšanas pakalpojumu, proti:

- 1) norēķināšanas, izmantojot kredīt/debetkartes – šādu norēķināšanas iespēju nodrošina komercbankas;
- 2) norēķināšanas, izmantojot elektroniskās naudas institūciju (piemēram, daļa no SIA „CityCredit” sniegtajiem pakalpojumiem);
- 3) norēķināšanas, izmantojot internetbanku (Lietas izpētes gaitā tika konstatēts, ka uz doto brīdi satura tarifcēšanas pakalpojumu piedāvā vienīga internetbanka –hanza.net jeb AS „Hansabanka” internetbanka);

4) norēķināšanas, izmantojot mobilā operatora pakalpojumus.

Satura tarificēšanas pakalpojuma aizstājamība no piedāvājuma puses:

Saskaņā ar Kredītiestāžu likuma 11.¹ panta otrās daļas 1.punkta noteikumiem elektroniskās naudas institūcijas konta turētāja maksimālais naudas uzkrājums kontā nevar pārsniegt 150 EUR ekvivalentu latos. Savukārt, saskaņā ar satura uzskaites līgumu noteikumiem starp satura piegādātājiem un mobilo sakaru operatoriem, maksimālā maksājuma robeža par satura pakalpojumu nedrīkst pārsniegt 3 LVL SIA „Bite Latvija” un SIA „Latvijas Mobilais Telefons” tīklā, 5 LVL SIA „Tele2” tīklā. Nodrošinot patērētāja tarifkāciju par satura pakalpojumu, izmantojot internetbankas pakalpojumus vai kredīt/debetkaršu pakalpojumu netiek noteikta maksimālā maksājuma robeža.

Maksājuma veidu nosaka satura piegādātājs, izvēloties kādu norēķinu veidu izvēli piedāvāt savu pakalpojumu lietotājiem.

Nemot vērā minēto, secināms, ka SIA „Tele2” pakalpojumi satura tarificēšanas pakalpojuma sniegšanas tirgū, vērtējot to aizstājamību no piedāvājuma puses, ir savstarpēji aizvietojami ar pārējo satura uzskaites pakalpojuma nodrošināšanas sniedzējiem gadījumos, kad maksājums par satura pakalpojumu nepārsniedz 3 LVL.

Satura tarificēšanas pakalpojuma aizstājamība no pieprasījuma puses

Pieprasījuma un piedāvājuma aizstājamības noskaidrošana un izvērtēšana ir izšķiroši svarīga konkrētā tirgus noteikšanas darba sastāvdaļa. Taču no ekonomiskā viedokļa pieprasījuma aizstājamība ir visefektīvākais disciplinējošais spēks konkrētās preces piegādātājiem. Tirgus dalībnieks nevar būtiski ietekmēt pastāvošos preces realizācijas noteikumus, ja patērētāji ir spējīgi viegli pārorientēties uz citiem pieejamiem konkrētās preces aizstājējiem vai citiem piegādātājiem.

1) *norēķināšanās ar kredīt/debetkartēm.* Lietas izpētes gaitā tika konstatēts, ka pastāv šādi norēķināšanas ar kredīt/debetkartēm trūkumi: augstas transakcijas izmaksas-kredītkartes kā maksāšanas līdzeklis ir radītas lielāka apjoma pirkumiem, nekā mikro maksājumiem (0-3 LVL), ko visbiežāk izmanto satura piegādātāji. Turklāt kredītkaršu dati ir sensitīva informācija, kuru klientam ir nepatīkami izplatīt internetā, veicot finansiāli maza apjoma pirkumus. Tāpat kredītkartes īpašnieks var apstrīdēt veikto pirkumu 90 dienu laikā, kā arī pieprasīt iemaksāto naudu atpakaļ. Nauda tiek iekasēta no pakalpojuma nodrošinātāja/piegādātāja. Līdz ar to palielinās risks neiegūt naudu par pakalpojumu, tajā pašā laikā katra atsevišķa gadījuma izmeklēšana ir daudz dārgāka, nekā darījuma zaudētā summa. Bankām ir daudz stingrākas prasības attiecībā uz kredītkaršu izmantošanu internetā nekā fizisko preču pārdošanā, kā arī būtiski ierobežojumi uz pieļaujamo saturu, kuru drīkst apmaksāt ar kredītkarti. Turklāt par bankas konta turētāju var kļūt persona, kas sasniedza 16 gadu vecumu (izņemot gadījumus, kad ir noformēts speciāls pilnvarojums rīkoties ar kontu personām, kas ir jaunākas par 16 gadiem). Līdz ar to automātiski samazinās potenciālo patērētāju loks, kas var iegādāties saturu un norēķināties ar kredīt/debetkarti. Šāds norēķināšanas veids var tikt izmantots kā alternatīvais norēķināšanas veids par saturu kopā ar kādu citu. Šajā gadījumā, pasūtot saturu, netiek izmantots mobilais telefons, kas ievērojami atvieglo satura pasūtīšanu, jo tas ir vienmēr līdzīgs. Turklāt minētais norēķināšanas veids vispār netiek izmantots mobilā satura gadījumā.

2) *norēķināšanas, izmantojot elektroniskās naudas institūciju.* Lietas izpētes gaitā tika konstatēti šādi norēķinu sistēmas trūkumi: zems elektroniskās naudas institūcijas pakalpojumu izmantošanas līmenis Latvijā. Šajā gadījumā katram klientam ir jāatver savs konts, jāiemaksā tajā nauda. Līdz ar to pagarinās arī satura pakalpojuma iegūšanas laiks – nav iespējams veikt pirkumus, ja neesi reģistrējies konkrētās elektroniskās naudas institūcijas sistēmā. Kā vēl vienu trūkumu var minēt šādas norēķināšanās sistēmas pieejamību - potenciālam patērētājam ir jāveic daudzas pārdomātas darbības: jāreģistrējas, jāiemaksā nauda kontā. Savukārt mikro maksājumu veikšana ir impulsīva, klientam pakalpojums ir

vajadzīgs uzreiz, un finansiālais ietaupījums, pat procentuāli liels, absolūtās vienībās būs pārāk mazs, lai izvēlētos sarežģītāku maksāšanas veidu, zaudējot pakalpojuma piegādes laiku. Elektroniskās naudas institūcijas pakalpojumus sniedz, piemēram, SIA „CityCredit”, kuras klientu skaits ir (*).

3) *norēķināšanās ar internetbanku.* Ņemot vērā to, ka Lietas izpētes gaitā tika konstatēts, ka uz doto brīdi satura tarificēšanas pakalpojumu piedāvā vienīga internetbanka – hanza.net jeb AS „Hansabanka” internetbanka, secināms, ka šī norēķināšanas sistēma var būt pieejama ierobežotam personu lokam. Lai gan hanza.net lietotāju skaits ir (*), šajā gadījumā tiek pazemināts potenciālo patērētāju skaits, kas vēlas iegādāties konkrēto saturu: nav iespējams veikt norēķinus, izmantojot internetbanku, ja nav brīvi pieejams dators un internets. Šajā gadījumā, pasūtot saturu, netiek izmantots mobilais telefons, kas ievērojami atvieglo satura pasūtīšanu, jo tas ir vienmēr līdzi.

4) *norēķināšanās, izmantojot mobilā operatora pakalpojumus.* Minētais norēķināšanas veids par satura pakalpojumiem tiek atzīts par visērtāko un vispieejamāko norēķināšanas veidu patērētājiem. Norēķini, izmantojot īsziņas (paaugstināta tarifa īsziņas) vai zvanus (paaugstināta tarifa zvani), kā arī WAP, aizņem mazāk laika. Paši satura piegādātāji atzina, ka satura tarifikācija, izmantojot mobilo sakaru operatoru pakalpojumus ir ērtākais veids kā norēķināties par satura pakalpojumu. Iepriekš teikto apstiprina arī šī norēķināšanas veida popularitāte no patērētāju puses. Lietas izpētes gaita tika saņemtas atbildes no vairākiem satura piegādātājiem, kas atspoguļo procentuāli, cik populārs ir katrs no norēķināšanas veidiem patērētāju vidū. Tā SIA „Digitālo Multimediju centrs”, SIA „Aspiro Latvia” un SIA „One” norādīja, ka 100% maksājumu par satura pakalpojumu notiek, izmantojot mobilos telefonus. Minētās komercsabiedrības pat nepiedāvā saviem potenciāliem patērētājiem citas norēķināšanās iespējas. Savukārt SIA „Lattelecom BPO” gadījumā (*)% no maksājumiem notiek, izmantojot mobilo sakaru operatoru norēķināšanās sistēmu (80% - paaugstināta tarifa īsziņas, 15% - paaugstināta tarifa zvani) un tikai (*)% no patērētājiem izmanto alternatīvus norēķināšanās veidus. SIA „Boomtime” gadījumā (*)% maksājumu notiek, izmantojot mobilo telefonu, bet atlikušie (*)% - veicot norēķinus caur internetbanku.

Ņemot vērā augstāk minētos datus, kā arī satura piegādātāju sniegto viedokli, secināms, ka šajā biznesa jomā norēķins ar īsziņu ir vienīgais efektīvais norēķinu veids. Visi pārējie norēķinu veidi, kaut tehniski ir iespējami, ir sarežģīti patērētājam. Tāpat Konkurences padomes pārstāvju un SIA „CityCredit” pārstāvju sarunas laikā tika noskaidrots, ka pēc SIA „CityCredit” rīcībā esošās informācijas mobilā satura nodrošināšanas tirgus apjoms uz 2007.gada sākumu bija aptuveni 10 milj. eiro gadā. Līdz ar to secināms, ka mobila saturs ir diezgan pieprasīts kopējā satura pakalpojuma nodrošināšanas tirgū.

Savukārt SIA „Mobilie pakalpojumi” norāda, ka tirdzniecības dati, piemēram, legālas izcelsmes mūzikas failu tirdzniecība ir pierādījusi, ka (*)% pirkumu tiek apmaksāti ar īsziņu, un atlikušie (*)% - kredītkaršu norēķini, alternatīvās norēķinu sistēmas, tiešie banku maksājumi. Kā norēķinu līdzeklis mobilajam saturam šīs norēķinu sistēmas nav izmantojamas vispār.

Vienlaicīgi jebkuram komersantam ir teorētiska iespēja izveidot savu norēķinu sistēmu. Taču SIA „Digitālo Multimediju centrs” norāda, ka mobilo saturu pakalpojumu specifika ir tāda, ka visas šīs norēķinu shēmas vienkārši nefunkcionē, it īpaši tik mazā tirgū kā Latvijā. Pasaules prakse rāda, ka nav bijušas citas efektīvas norēķinu metodes, kā operatora nodrošinātā lietotāju tarifikācija. Tas jo vairāk ir spēkā tāpēc, ka lielākā daļa saturu pakalpojumu tiek sniegti, klientam izdarot impulsīvu izvēli un vēloties saņemt saturu nekavējoties. Visas citas norēķinu formas prasa iepriekš pārdomātas un realizētas akcijas – kupona iegāde, virtuālā konta izveide, reģistrācija pie pakalpojuma sniedzēja vai arī bankas konta un norēķinu kartes ieviešana lietotājam. SIA „Digitālo Multimediju Centrs” ir veikusi tirgus izpēti un pēc iespējamā biznesa modeļa analīzes ir secinājusi, ka savas, no mobilajiem operatoriem un kredītiestādēm neatkarīgas norēķinu – tarifikācijas sistēmas izveidošana ir

ekonomiski nelietderīga, finansiāli pārāk dārga, tehniski sarežģīta, un, gadījumā, ja klientam tiek izveidots virtuālais konts, arī juridiski sarežģīta. Turklāt šādas sistēmas galvenais trūkums ir tas fakts, ka klienti to neizmanto. Arī SIA „Mobilie pakalpojumi” apstiprināja, ka savas norēķinu sistēmas izveidošana ir iespējama, taču tā nav pieprasīta satura pakalpojumu tirgū, jo ir pārāk sarežģīta, līdz ar to netiks izmantota no patērētāju puses.

Ņemot vērā augstāk minēto, secināms, ka kredītkartes un citas alternatīvo norēķinu sistēmas netiek uzskatītas par pietiekami ērtiem norēķināšanās veidiem, ko pierāda satura sniegšanas pakalpojuma tirgus dalībnieku dati. Tātad kopumā var secināt, ka tās izmantojamas kā papildus iespējas, bet nespēj konkurēt ar paaugstināta tarifa īsziņām kā pamata maksāšanas līdzekli. Līdz ar to Konkurences padome uzskata, ka ir pamats sašaurināt konkrētās preces tirgu līdz satura tarifificēšanas pakalpojuma sniegšanas tirgum, izmantojot mobilo sakaru operatoru tīklu.

3.2. Konkrētais ģeogrāfiskais tirgus

Satura tarifificēšanas nodrošināšana, izmantojot mobilo sakaru operatora pakalpojumus ir iespējama tikai caur operatoru, kuram pieder konkrētais elektronisko sakaru tīkls. Atsevišķos gadījumos, kad netiek tarifificēta atbildes īsziņa, ir iespējams pēdējo posmu – satura nosūtīšanu gala patērētājam – veikt no cita mobilā operatora sakaru tīkla. Bet pakalpojumu pieprasījumu saņemšana, tarifificēšana, uzskaitē un pakalpojuma koda tehniskā uzturēšana konkrētā mobilā operatora tīkla balss sakaru klientiem ir iespējama tikai sadarbojoties ar konkrēto mobilo sakaru operatoru.

Ņemot vērā to, ka katrs mobilo sakaru operators tarifificē abonentus, izmantojot savu norēķinu sistēmu un tam nav pieejas citu operatoru norēķinu sistēmām, secināms, ka konkrētais mobilo sakaru tīkla operators var tarifificēt satura pakalpojumu tikai saviem abonentiem. Tādējādi pieeja katra konkrētā tīkla lietotājiem – operatora klientiem, tiek iegūta, slēdzot attiecīgu līgumu ar konkrēta tīkla operatoru.

Līdz ar to var uzskatīt, ka pakalpojumi, kuri tiek saņemti no konkrētā mobilo sakaru operatora nav savstarpēji aizvietojami ar cita mobilo sakaru operatora pakalpojumiem.

Ņemot vērā augstāk minēto, secināms, ka satura pakalpojuma tarifificēšanas, izmantojot mobilo sakaru operatoru pakalpojumus, konkrētais ģeogrāfiskais tirgus ir katra konkrēta mobilo sakaru operatora elektronisko sakaru tīkls. Par konkrēto ģeogrāfisko tirgu šīs lietas ietvaros tiek uzskatīts SIA „Tele2” elektronisko sakaru tīkls.

3.3. Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 4.punktu konkrētais tirgus šīs lietas ietvaros ir satura tarifificēšanas pakalpojuma sniegšana SIA „Tele2” tīklā.

4. SIA „Tele2” dominējošais stāvoklis konkrētajā tirgū

Saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 1.punktā ietverto definīciju dominējošais stāvoklis ir tirgus dalībnieka vai vairāku tirgus dalībnieku ekonomisks (saimniecisks) stāvoklis konkrētajā tirgū, ja šā dalībnieka vai šo dalībnieku tirgus daļa šajā tirgū ir vismaz 40 procentu un šis dalībnieks vai šie dalībnieki spēj ievērojami kavēt, ierobežot vai deformēt konkurenci jebkurā konkrētajā tirgū pietiekami ilgā laika posmā, darbojoties pilnīgi vai daļēji neatkarīgi no konkurentiem, klientiem vai patērētājiem.

Ņemot vērā augstāk minēto, kā arī to, ka konkrētais ģeogrāfiskais tirgus šīs lietas ietvaros ir SIA „Tele2” tīkls, secināms, ka tas ir monopolitirgus, jo SIA „Tele2” ir vienīgā komercsabiedrība, kas var sniegt satura tarifificēšanas pakalpojumus SIA „Tele2” tīkla abonentiem. Līdz ar to secināms, ka SIA „Tele2” tirgus daļa konkrētajā tirgū ir 100% un saskaņā ar Konkurences likuma 1.panta 1.punktā minēto SIA „Tele2” atrodas dominējošā stāvoklī.

5. SIA „Tele2” darbību izvērtējums

Konkurences likuma 13.panta 4.punkts nosaka, ka „jebkuram tirgus dalībniekam, kas atrodas dominējošā stāvoklī, iz aizliegts jebkādā veidā ļaunprātīgi to izmantot Latvijas teritorijā. Dominējošā stāvokļa ļaunprātīga izmantošana var izpausties arī kā (...) 4) netaisnīgu pirkšanas un pārdošanas cenu vai citu netaisnīgu tirdzniecības noteikumu tieša vai netieša uzspiešana”.

5.1. 01.02.2007. starp SIA „Tele2” un SIA „Mobīlie pakalpojumi” tika noslēgts Satura uzskaites sistēmas līgums, kurā tika noteikti jauni ienākumu sadalījuma nosacījumi atkarībā no mēnesī ģenerētā satura apjoma, kas paredz 6-pakāpju ienākumu sadalīšanas sistēmu. Tāpat jaunajā līgumā tika paredzēta maksa par katru caur SIA „Tele2” tīklu nosūtīto atbildes īsziņu klientam. Savukārt 01.07.2005. SIA „Tele2” un SIA „Mobīlie pakalpojumi” noslēgtā līguma nosacījumi paredzēja konstantu ienākumu sadalījumu neatkarīgi no apjoma un bez maksas atbildes īsziņas SIA „Tele2” klientiem.

(*)

Izvērtējot SIA „Tele2” un SIA „Mobīlie pakalpojumi” 01.02.2007. noslēgtā Satura uzskaites līguma noteikumus un modelējot variantus, kā tiek piemērots līgumā paredzētais ieņēmumu sadales modelis gadījumā, ja satura pakalpojuma piegādātāja kopējais apgrozījums SIA „Tele2” tīklā atbilst zemākajai pakāpei ((*) LVL) un gadījumā, ja satura pakalpojuma piegādātāja kopējais apgrozījums SIA „Tele2” tīklā atbilst augstākajai ieņēmumu modeļa pakāpei ((*) LVL), secināms, ka SIA „Tele2” ieņēmumu daļa būtiski atšķiras atkarībā no sniegto pakalpojumu apjoma (no 0,03 līdz 0,10 LVL par īsziņu, ja apgrozījums (*) LVL; no 0,08 līdz 0,31 LVL par īsziņu, ja apgrozījums (*)).

Ņemot vērā augstāk minēto, Konkurences padome pieprasīja no SIA „Tele2” informāciju par būtiskām atšķirībām ienākumu sadales nosacījumos (atlīdzības modeli) starp SIA „Tele2” un SIA „Mobīlie pakalpojumi” 01.02.2007. noslēgtajā līgumā un 01.07.2005. noslēgtajā līgumā, kā arī lūdza paskaidrot šo izmaiņu nepieciešamību.

SIA „Tele2” sniedza šādu pamatojumu, kāpēc notika pārēja no konstantas uz progresīvo atlīdzības modeli:

- SIA „Tele2” uzsāka piedāvāt mobilā satura iegādes iespējas, izmantojot WAP jeb mobilo internetu, kas strauji ieguva popularitāti lietotāju vidū un būtiski ļāva palielināt mobilā satura tirgus apjoma pieaugumu. Progresīvās sistēmas ieviešana tika izmantota kā motivējošais mehānisms piedāvātās kapacitātes papildīšanai;
- Līdz ar SMS apziņošanas popularitātes pieaugumu, lai garantētu saviem abonentiem, ka tie saņems SMS veidā tikai to informāciju, kuras saņemšanai tie ir piekrituši un mobilo saturu, ko tie ir pasūtījuši, SIA „Tele2” ieviesa maksu par katru SMS, ko satura piegādātājs sūta klientam, izmantojot SIA „Tele2” SMS centru;
- Līdz ar mobilā satura popularitātes pieaugumu SIA „Tele2” ir ļoti būtiski nodrošināt arī minētā servisa kvalitāti, Satura piegādātājiem saskaņā ar līgumu ir jānodrošina gan mobilā satura kvalitāte, gan operatīva klientu servisa bezmaksas palīdzība, gan komplekss tehnisko risinājumu sasaiste ar SIA „Tele2” sistēmām;
- Ņemot vērā darbinieku, kontkratoru un sistēmu izmaksas, kuras ir attiecināmas uz satura piegādātājiem, SIA „Tele2” ieņēmumu modelis ir izstrādāts, lai nodrošinātu līdzīgu rentabilitātes līmeni sadarbībai ar dažāda lieluma satura pakalpojuma partneriem.

SIA „Tele2” norādīja, ka satura piegādātāji ar mazu apgrozījumu būtiski palielina nepieciešamos izdevumus. Sadalījums dažādos ienākumu sadales līmeņos atkarībā no apgrozījuma ļauj komersantiem ar mazāku apgrozījumu koncentrēties satura pakalpojumu specifisku nišu pakalpojumu sniegšanā un tajā pašā laikā masveida pakalpojuma sniedzējiem dod iespēju sekmīgi konkurēt, piedāvājot pakalpojumus par arvien zemākām cenām, kas veicina mobilo sakaru operatora konkurētspēju vispārējā elektronisko sakaru pakalpojumu tirgū. Arī SIA „Latt telecom BPO”, kas sniedz satura piegādes pakalpojumus citiem satura pakalpojuma sniedzējiem (t.s. brokeru kompānija), norādīja, ka šobrīd, pastāvot progresīvajai

atlīdzības sistēmai sadarbībā ar mobilo operatoru, satura piegādātājiem ir iespēja saņemt lielāku atlīdzību par pakalpojumiem.

Turklāt SIA „Lattecom BPO” norādīja, ka šāda progresīvā atlīdzības sistēma tiešā veidā stimulē satura piegādātājus attīstīt satura pakalpojumu apjoma ziņā. Jo lielāks pārdotais satura apjoms, jo lielāki ienākumi – jo vairāk attiecīgs satura pakalpojuma piegādātājs var ieguldīt savu pakalpojumu mārketingam. Jo vairāk pakalpojums tiek reklamēts, jo vairāk patērētāji par to uzzinās – kas savukārt arī sekmē pārdotā pakalpojuma apjoma pieaugumu.

SIA „Tele2” ir noslēgti vairāki līgumi ar satura pakalpojuma sniedzējiem par satura uzskaites un tarifcēšanas nodrošināšanu SIA „Tele2” tīklā. Lietas izpētes gaitā iegūtā informācija liecina par to, ka lielākie satura pakalpojuma sniedzēji SIA „Tele2” tīklā ir SIA „Lattecom BPO”, SIA „Aspiro Latvia”, SIA „One”. Minēto komercsabiedrību apgrozījums mēnesī pārsniedz (*) LVL. Pārējo satura pakalpojuma sniedzēju mēneša apgrozījums pārsvarā nepārsniedz (*) LVL.

Saskaņā ar SIA „Tele2” sniegto informāciju, kopumā mobilā satura tirgus kopš 2006.gada auga vairāk kā divas reizes, tādēļ SIA „Tele2” uzskata, ka jaunais ienākumu sadales modelis ir pamatots un veicina tirgus attīstību, jo katrs dalībnieks tiek motivēts palielināt savu tirgus daļu, un kā to apliecina tirgus dalībnieku sasniegtie praktiskie rezultāti – ietvertie sliekšņi ir objektīvi sasniedzami.

Konkurences padome secina, ka daudzpakāpju atlīdzības sistēma sekmē konkurenci – stimulē satura piegādātājus meklēt iespējas, lai palielinātu piedāvātā satura apjoma lielumu, lai uzlabotu sniegto pakalpojumu, lai piesaistītu jaunus sadarbības partnerus (satura veidotājus). Rezultātā gala patērētājam tiek nodrošinātas plašākas izvēles iespējas starp vairākiem satura piegādātājiem/veidotājiem.

Lietas izpētes laikā iegūtā informācija liecina par to, ka šāda atlīdzības sadales sistēma satura pakalpojuma nodrošināšanas tirgū ir diezgan izplatīta arī citur Eiropā, piemēram, mobilajam operatoram (*) ir izveidota 6-pakāpju atlīdzības sistēma, atkarībā no ģenerēta satura apjoma mēnesī. Savukārt mobilajam operatoram (*) pastāv 3-pakāpju atlīdzības modelis.

Vienlaicīgi, ja komercsabiedrībai neizdodas palielināt pārdotā satura apjomu, piesaistot jaunus sadarbības partnerus, satura pakalpojuma sniedzējiem nav šķēršļu sadarboties ar citiem satura pakalpojuma sniedzējiem, lai palielinātu kopā ģenerēto satura apjomu mēnesī.

Tā, piemēram, Lietas izpētes gaitā tika konstatēts, ka satura pakalpojuma sniedzēji SIA „Mobilie pakalpojumi” un SIA „Digitālais Multimediju centrs” kopā nodibināja sabiedrību ar ierobežoto atbildību „DM pakalpojumi” (sabiedrības 50% kapitāldaļu pieder SIA „Mobilie pakalpojumi” un 50% kapitāldaļu – SIA „Digitālais Multimediju centrs”). Jaunas komercsabiedrības dibināšanas mērķis bija palielināt abu uzņēmumu (SIA „Mobilie pakalpojumi” un SIA „Digitālais Multimediju centrs”) ģenerētos kopējos mēneša ieņēmumus par satura piegādes pakalpojumu nodrošināšanu, izmantojot SIA „Tele2” tīklu. Ja agrāk SIA „Mobilie pakalpojumi” kopējie ieņēmumi bija kategorijā „(*) LVL” (atbilstoši līgumā ar SIA „Tele2” noteiktajam), tad pēc SIA „DM pakalpojumi” izveidošanas tiek izmantota jau nākamā ieņēmumu sadales pakāpe „(*) LVL”.

Ņemot vērā augstāk aprakstīto piemēru, secināms, ka satura pakalpojumu tirgus dalībniekiem nepastāv būtiskie šķēršļi palielināt savu mēneša apgrozījumu, noslēdzot sadarbības līgumus savā starpā. Līdz ar to nav pamata uzskatīt, ka SIA „Tele2” progresīvā atlīdzības sistēma pati par sevi ierobežo konkurenci.

5.2. Lietas izpētes ietvaros Konkurences padome pieprasīja no SIA „Tele2” jaunā ieņēmumu sadales modeļa pamatojumu, proti, pastāvošas SIA „Tele2” izmaksas, nodrošinot satura uzskaites sistēmas darbību atkarībā no ieņēmumu grupas. Pamatojoties uz iepriekš minēto pieprasījumu SIA „Tele2” iesniedza informāciju par fiksētām izmaksām mēnesī satura

uzskaites sistēmas uzturēšanai, kur kopējie izdevumi mēnesī sastāda (*) LVL, savukārt fiksētās izmaksas uz vienu satura partneri mēnesī sastāda (*) LVL. SIA „Tele2” norādīja, ka pastāv arī citas izmaksas, kas ir attiecināmas uz uzskaites sistēmas uzturēšanu, piemēram, telpu noma, elektrība un daudzas citas, tomēr, ņemot vērā faktu, ka uzņēmumā nav ieviesta atdalītā izmaksu uzskaites sistēma, kas pati par sevi ir darba un izmaksu ietilpīga, tad šādas papildu izmaksas precīzi norādīt nav iespējams.

Tāpat Lietas izpētes gaitā Konkurences padome konstatēja, ka „Tele2” visiem komersantiem vienādos apstākļos piedāvā vienādus Satura uzskaites un tarififikācijas līguma noteikumus, tie nav atsevišķus tirgus dalībniekus izslēdzoši.

Ņemot vērā iepriekš minēto, Konkurences padome nekonstatē, ka SIA „Tele2” tieši vai netieši uzspiež netaisnīgas pirkšanas vai pārdošanas cenas vai citus netaisnīgus tirdzniecības noteikumus SIA „Mobiļie pakalpojumi”, ieviešot progresīvu atlīdzības sistēmu par satura uzskaites un tarififikācijas pakalpojuma sniegšanu SIA „Tele2” tīklā.

Līdz ar to, pamatojoties uz Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 4.punktu, 13.panta 4.punktu, Konkurences padome

n o l ē m a:

izbeigt lietas Nr. 1681/07/10/13 „Par Konkurences likuma 13.panta 4.punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „Tele2” darbībās” izpēti.

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.

Priekšsēdētāja v.i.

D.Rungēvica