



KONKURENCES PADOME

Blaumaņa ielā 5a, Rīga, LV-1011 ♦ Tālrunis 7282865 ♦ Fakss 7242141

PUBLISKOJAMĀ VERSIJA

L Ē M U M S

Rīgā

Nr. E02-40

(Prot. Nr.29, 2.§)

2006.gada 2. maijā

Par pārkāpuma konstatēšanu, tiesiskā pienākuma un naudas soda uzlikšanu

Lieta Nr.1071/05/05/1

Par a/s „Diena” 10.12.2004. iesniegumu Nr.3-23/171

Konkurences padome 15.12.2004. saņēma (reģ. Nr.1071) a/s "Diena" 10.12.2004. iesniegumu Nr.3-23/171, kurā norādīts, ka tās pamatdarbība ir arī preses izdevumu piegādes pakalpojumi, kurus sniedz a/s "Diena" struktūrvienība Abonēšanas centrs "Diena" (turpmāk - ACD). Iesniedzējs uzskata, ka tiešais un galvenais ACD konkurents preses izdevumu piegādes pakalpojumu tirgū ir VAS "Latvijas pasts" (turpmāk - LP), turklāt LP minētajā tirgū ir dominējošs stāvoklis - tā tirgus daļa konkrētajā tirgū pārsniedz 60% (Latvijas Preses Izdevēju asociācijas dati).

LP ir izstrādājusi un 2004. gada septembrī preses izdevējiem Latvijā nosūtījusi sadarbības piedāvājumu preses izdevumu abonēšanas organizēšanā, to piegādē abonentiem Latvijā, kā arī laikrakstu un žurnālu realizācijā mazumtirdzniecībā 2005. gadā. Sadarbības piedāvājums paredz 2005. gada sadarbības līgumā preses izdevējam "(..) samazināt piegādes maksu par 10 % un/vai par 20% katram piegādes zonas tarifam attiecīgi pie nosacījuma, ja izdevējs nosaka, ka preses izdevuma abonementa pamatcenā Latvijas pasta gada sadarbības akcijas ietvaros "Abonē Pastā lētāk" ir attiecīgi zemākas par citos preses izdevumu piegādes tīklos noteikto pamatcenu par 10% un/vai 20%."

Līgumi ar izdevējiem ir noslēgti, informācija par preses izdevumu abonēšanas cenām iekļauta LP "Laikrakstu un žurnālu katalogā 2005. gadam".

LP ar preses izdevējiem, kuru izdotajiem preses izdevumiem tiek piemērota 10% un/vai 20% piegādes tarifu atlaide, noslēgto līgumu rezultātā vairāku preses izdevumu ("Latvijas Avīze", "Televīzijas Programma", "Sieviete" u.c.) abonementus 2005. gadam daļa klientu, kuri iepriekš preses izdevumus abonēja ACD, vēlas iegādāties LP, radot zaudējumus a/s "Diena".

To, ka ar šādiem līgumu ar izdevējiem noteikumiem LP vēlas panākt ACD sniegto preses izdevumu piegādes pakalpojumu apjoma samazināšanos, radot priekšrocības savai ekonomiskajai darbībai, parāda "Latvijas Avīzes" piemērs - tās abonēšanas cena LP palikusi iepriekšējā gada līmenī (Ls 47,00 gadā), bet, lai iegūtu LP piedāvāto atlaidi līdz 20% no piegādes maksas un izstumtu LP konkurentu no tirgus, izdevējs par 10% ir paaugstinājis "Latvijas Avīzes" abonēšanas cenu ACD.

Ievērojot iepriekš minēto, iesniedzējs uzskata, ka LP ar atsevišķiem izdevējiem:

- 1) noslēgto līgumu mērķis ir kavēt, ierobežot un deformēt konkurenci,
- 2) noslēgtajos līgumos iekļautajiem noteikumiem ir pieļāvis negodīgu konkurenci un savu dominējošo stāvokli izmanto, lai palielinātu ienākumus un nostiprinātu savu ietekmi tirgū, vājinot konkurentu.

Pamatojoties uz iepriekš minēto, iesniedzējs lūdz:

- 1) veikt pārbaudi, vai LP ar atsevišķiem izdevējiem noslēgtajos līgumos nav aizliegtas vienošanās pazīmes,
- 2) veikt pārbaudi, vai LP darbībā nav saskatāmas negodīgas konkurences pazīmes,
- 3) veikt pārbaudi, vai LP darbībā nav saskatāmas dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas pazīmes,
- 4) veikt pārbaudi, vai LP darbībā nav saskatāmas ES konkurences tiesību iespējamais pārkāpums,
- 5) konstatējot LP darbībā ES konkurences tiesību iespējamo pārkāpumu, pieņemt lēmumu par pagaidu noregulējumu,
- 6) konstatējot aizliegtas vienošanās pazīmes un/vai negodīgas konkurences, un/vai dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas pazīmes, pieņemt lēmumu par pārkāpuma konstatēšanu, tiesiskā pienākuma un naudas soda uzlikšanu konkurentam.

Konkurences padome 13.01.2005.:

- pamatojoties uz Eiropas Kopienas (turpmāk – EK) Līguma 81. un 82. pantu, Konkurences likuma 6. panta pirmās daļas 1. punktu, 8. panta pirmās daļas 1. punktu, 18. panta pirmo un otro daļu, 30. panta pirmo daļu, pieņēma lēmumu neierosināt lietu par Konkurences likuma 18. pantā noteiktā negodīgas konkurences aizlieguma iespējamo pārkāpumu LP darbībā un par EK Dibināšanas līguma 81. un 82. pantā noteikto aizliegumu iespējamo pārkāpumu LP darbībā,

- pamatojoties uz Konkurences likuma 22. panta 1. punktu, pieņēma lēmumu uz a/s „Diena” iesnieguma pamata ierosināt lietu par Konkurences likuma 11. panta pirmās daļas un Konkurences likuma 13. panta iespējamo pārkāpumu LP darbībās.

Konkurences padome 10.06.2005. nolēma precizēt Konkurences padomes 13.01.2005. pieņemto lēmumu, izsakot to šādā redakcijā: „Konkurences padome, pamatojoties uz Konkurences likuma 22. panta 1. punktu, nolēmj ierosināt lietu uz a/s „Diena” iesnieguma Nr.3-23/171 pamata par iespējamām Konkurences likuma 13. panta ģenerālklausulas, 13. panta 3. punkta, 11. panta ģenerālklausulas, 11. panta pirmās daļas 4. un 7. punkta pārkāpumiem VAS „Latvijas pasts” darbībās”, kā arī, pamatojoties uz Konkurences likuma 27. panta otro daļu, nolēma pagarināt (Prot. Nr.32, 4.§) lēmuma pieņemšanas termiņu lietā Nr.1071/05/05/1 „Par a/s „Diena” iesniegumu Nr.3-23/171” uz laiku līdz 13.10.2005.

Konkurences padome 05.10.2005., pamatojoties uz Konkurences likuma 27. panta otro daļu, nolēma pagarināt (Prot. Nr.50, 2.§) lēmuma pieņemšanas termiņu lietā līdz 10.12.2005.

Konkurences padome 07.12.2005., pamatojoties uz Konkurences likuma 27. panta otro daļu, nolēma pagarināt (Prot. Nr.67, 3.§) lēmuma pieņemšanas termiņu lietā līdz 13.01.2006.

Konkurences padome 11.01.2006., pamatojoties uz Konkurences likuma 27. panta trešo daļu, nolēma pagarināt (Prot. Nr.2, 3.§) lēmuma pieņemšanas termiņu lietā līdz 30.03.2006.

Konkurences padome 29.03.2006., pamatojoties uz Konkurences likuma 27. panta trešo daļu, nolēma pagarināt (Prot. Nr.21, 4.§) lēmuma pieņemšanas termiņu lietā līdz 02.05.2006.

Izvērtējot iesniegumā ietvertu un papildus saņemto informāciju, Konkurences padome

k o n s t a t ē j a :

1. Lietā iesaistītās puses

1.1. VAS „Latvijas pasts” ir LR Uzņēmumu reģistrā reģistrēta (reģ. Nr.000305279) valsts akciju sabiedrība, kuras pamatdarbības veidi ir pasta un kurjeru darbība, izdevējdarbība, cita monetārā starpniecība u.c. statūtos paredzētā darbība.

1.2. A/s „Diena” ir LR Uzņēmumu reģistrā reģistrēta (reģ. Nr.000308610) akciju sabiedrība, kuras pamatdarbības veidi ir izdevējdarbība, laikrakstu izdošana, poligrāfiskā izpilde un ar to saistītie pakalpojumi u.c. statūtos paredzētā darbība.

1.3. 25.07.2005. LR Uzņēmumu reģistrā ir reģistrēta SIA „Abonēšanas centrs Diena” (reģ. Nr.000375749), kas izveidota reorganizācijas procesā, atdalot SIA „Abonēšanas centrs Diena” no a/s „Diena”.

2. LP darbību regulējošā likumdošana

„Pasta likumā” noteikts, ka:

- Latvijas pasta uzdevums ir nodrošināt visu valsti aptveroša pasta pakalpojumu tīkla funkcionēšanu nolūkā radīt vienotu komunikāciju standartu Latvijā (22. panta pirmās daļas 1. punkts),
- Latvijas pastam ir tiesības izdarīt arī citas ar pasta sūtījumiem savienojamas operācijas, t.sk., pieņemt periodisko preses izdevumu pasūtījumus un veikt preses izdevumu piegādi abonentiem (22. panta trešās daļas 2. punkts).
- pēc 2004. gada 1. maija Latvijas Pastam ir monopoltiesības pieņemt, pārsūtīt un izsniegt valsts robežās gan iekšzemes, gan starptautiskos vēstuļu korespondences sūtījumus, kuru svars nepārsniedz 100 gramus. (..) (4. panta 1¹ daļa).

Saskaņā ar „Latvijas Republikas pasta nozares pamatnostādņēs 2005. – 2009. gadam” (apstiprinātas ar Ministru kabineta 21.04.2005. rīkojumu Nr.254) noteikto, līdz ar Latvijas Republikas iestāšanos Eiropas Savienībā (turpmāk – ES) pasta nozares politika tiek realizēta ES kopējās politikas ietvaros.

ES ir pieņemta Eiropas Parlamenta un Padomes 1997. gada 15. decembra Direktīva 97/67/EK par kopējiem noteikumiem Kopienas pasta pakalpojumu iekšējā tirgus attīstībai un pakalpojumu kvalitātes uzlabošanai (turpmāk – Direktīva) un 2002. gada 10. jūnija Direktīva 2002/39/EK, ar kuru groza Direktīvu attiecībā uz Kopienas pasta pakalpojumu turpmāko atvēršanu konkurencei, kā arī Komisijas paziņojums par konkurences noteikumu piemērošanu pasta pakalpojumu nozarē un par dažu ar pasta pakalpojumiem saistītu valsts pasākumu novērtējumu (98/C 39/02) (turpmāk – Paziņojums).

Direktīvā un Paziņojumā noteikts, ka pasta pakalpojumi ir pakalpojumi, kas ietver pasta sūtījumu savākšanu, šķirošanu, pārvadāšanu un piegādi (Direktīvas 2. panta 1. punkts), bet pasta sūtījums – adresēts sūtījums galīgā formā, kādā vispārējo pakalpojumu sniedzējam tas jānogādā. Pie šādiem sūtījumiem pieder arī avīzes, periodiskie izdevumi (Direktīvas 2. panta 6. punkts). Piegāde ir process no šķirošanas piegādes centrā līdz pasta sūtījumu piegādei adresātiem (Direktīvas 2. panta 5. punkts).

Tātad saskaņā ar ES pasta nozari regulējošajiem dokumentiem par pasta pakalpojumu ir uzskatāmi pakalpojumi, kas ietver (arī) avīžu, periodisko izdevumu savākšanu, šķirošanu, pārvadāšanu un piegādi, t.i., līdz pasta sūtījumu (avīžu, periodisko izdevumu) piegādei adresātiem.

Šīs lietas sakarā konkrētais tirgus šī lēmuma 3. daļā ir noteikts saskaņā ar Konkurences likumā noteikto, ievērojot konkrētā gadījuma tiesiskos un faktiskos apstākļus konkrētajā tirgū un reģionā (Latvijas teritorijā), bet Paziņojums un Direktīva izmantota kā palīgīdzeklis tirgus noteikšanai.

3. Konkrētais tirgus

3.1. Konkrētās preces tirgus

Saskaņā ar Konkurences likuma 1. panta 4. punktā noteikto par konkrēto tirgu uzskatāms konkrētās preces tirgus, kas izvērtēts saistībā ar konkrēto ģeogrāfisko tirgu.

Par konkrētās preces tirgu uzskatāms 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 (Konkurences likuma 1. panta 5. punkts).

Par precī Konkurences likuma 1. panta 8. punkta izpratnē uzskatāma ķermeniska vai bezķermeniska lieta vai pakalpojums, kas apmierina kādu vajadzību un kam var noteikt cenu, to pērkot vai pārdodot tirgū.

Lai nodrošinātu patērētājam iespēju abonēt preses izdevumu, preses izdevējam no pakalpojuma sniedzēja (piemēram, LP) iepriekš ir jāpērk preses izdevumu abonēšanas pakalpojums un preses izdevuma piegādes pakalpojums. Atbilstoši Konkurences likuma 1. panta 8. punktam minētie pakalpojumi katrs atsevišķi ir uzskatāmi par precī (katrs no šiem pakalpojumiem apmierina kādu vajadzību, un katram no tiem ir noteikta cena, to pārdodot). Minētie pakalpojumi veido atšķirīgus konkrētās preces tirgus atbilstoši Konkurences likuma 1. panta 5. punktam. No lietas materiāliem izriet, ka preses izdevēji, izvēloties veikt preses izdevumu piegādi patērētājiem, kuri vēlas tos abonēt, no LP, ACD, SIA „Press A Past” (turpmāk - Press A Past), SIA „Abonēšanas aģentūra P.K.S.” (turpmāk – P.K.S.) pērk abus iepriekš minētos pakalpojumus:

- kā norādīts preses izdevēju vēstulēs (SIA “Novadnieks. Redakcija” 17.10.2005. vēstule, a/s “Lauku Avīze” 19.10.2005. vēstule Nr.368, SIA ”Balvu Vaduguns” 18.10.2005. vēstule Nr.90, SIA “Izdevniecības nams FENSTER” 27.10.2005. vēstule Nr.313/05), līgumi par preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu sniegšanu tiek slēgti kopumā, neslēdzot atsevišķi līgumus tikai par preses izdevumu abonēšanas pakalpojumu sniegšanu un līgumus tikai par preses izdevumu piegādes pakalpojumu sniegšanu – tādējādi iepriekš minētais liecina, ka preses izdevumu abonēšanas pakalpojums un piegādes pakalpojums uzskatāmi un vērtējami kā komplekss pakalpojums;

- preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu sniegšanas komercsabiedrības neveic to preses izdevumu piegādi, kuru abonementi

noformēti kādā citā preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu sniegšanas kompānijā – tāpat starp šīm komercsabiedrībām faktiski nepastāv līgumattiecības par pakalpojumu sniegšanu gadījumā, ja viena nodrošina abonēšanas pakalpojumu sniegšanu, bet kāda cita – piegādes pakalpojumu sniegšanu (a/s “Diena” 17.10.2005. vēstule Nr.3-23/124, LP 26.10.2005. vēstule Nr.01-10.2/372, Press A Pasts 24.11.2005. vēstule Nr.24112005-01, P.K.S. 04.11.2005. vēstule Nr.4/11). Kā norādījis LP 26.10.2005. vēstulē Nr.01-10.2/372, LP ir noslēdzis līgumu ar abonēšanas aģentūru P.K.S., lai minētā kompānija varētu nodrošināt saviem klientiem preses izdevumu piegādi ārpus apkalpošanas zonas (Rīgas) teritorijas, bet šajā gadījumā preses izdevumi abonēšanai tiek piegādāti bandrolēs ar LP starpniecību, piemērojot tarifus, kuri attiecināmi uz bandroļu sūtījumiem, nevis preses izdevumu piegādes pakalpojumiem.

Ņemot vērā iepriekš minēto, ka abonēšanas pakalpojumi un piegādes pakalpojumi ir saistīti, un ka pakalpojuma saņēmējs, pērkot vienu pakalpojumu, pērk arī otru, konkrētās lietas ietvaros konkrētās preces tirgus tiek definēts kā viens tirgus – preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu tirgus. Šādi konkrētās preces tirgus šīs lietas ietvaros definēts, ņemot vērā ne tikai faktisko situāciju raksturojošo informāciju lietā, bet arī abu iepriekš minēto pakalpojumu būtību – tie ir uzskatāmi par saistītiem. Katrs no šiem pakalpojumiem (abonēšana un piegāde) ir identificēts arī atsevišķi. Lietā netiek vērtēti jebkādi blakus abonēšanas pakalpojumam un piegādes pakalpojumam papildu sniedzami pakalpojumi, bet gan šie divi atsevišķie pakalpojumi, kuri uzskatāmi par saistītiem pēc būtības un uz kuriem attiecināmi LP akcijas „Abonē pastā lētāk” nosacījumi.

LP 31.01.2006. vēstulē Nr.01-10.2/34 norādījis, ka līgumu slēgšana par preses abonēšanas un piegādes pakalpojumu sniegšanu kopumā, nevis atsevišķi par katru pakalpojumu, ir katra preses izdevēja brīva izvēle.

Konkurences padome secina, preses izdevēja izvēle slēgt atsevišķus līgumus (par preses izdevumu abonēšanas pakalpojumu sniegšanu un piegādes pakalpojumu sniegšanu) ar dažādām pakalpojumu sniegšanas komercsabiedrībām, nemaina konkrētās preses tirgu (abonēšanas un piegādes pakalpojumu tirgus).

3.2. LP viedoklis par konkrētā tirgus definējumu

LP 20.07.2005. vēstulē Nr.01-10.2/242 LP izteicis viedokli, ka Konkurences padome ir nepareizi definējusi konkrēto tirgu (preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu tirgus) saskaņā ar Konkurences likuma 1. panta 4. punktā doto terminu skaidrojumu un ES vadlīnijām, izsakot viedokli, kas pamato minēto secinājumu.

Konkurences padome izvērtēja LP 20.07.2005. vēstulē Nr.01-10.2/242 un 16.08.2005. vēstulē Nr.01-10.2/272 sniegtos argumentus par:

- konkrētā tirgus definējumu („LP uzskata, ka šajā izpētes lietā pareizi konkrēto tirgu ir definēt kā preses izdevumu mazumtirdzniecības tirgus Latvijā”, LP 20.07.2005. vēstule Nr.01-10.2/242),

- LP dominējošo stāvokli preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu tirgū („(..) ja Konkurences padome uzskata un var ar saviem pierādījumiem pierādīt, ka (..) konkrētais tirgus šajā lietā ir (..) preses abonēšanas un piegādes pakalpojumu sniegšanas tirgus, tad lūdzam ņemt vērā, ka šāds abonēšanas tirgus (..) noteikti ir reģionāls, par ko KP var pārliecināties, analizējot konkurences apstākļus (..). Ja pieņemam šādu tirgus definīciju, LP var droši apgalvot, ka LP Rīgas pilsētā un citās lielajās pilsētās neatrodas tirgū dominējošā stāvoklī.”, LP 16.08.2005. vēstule Nr.01-10.2/272),

vairākiem preses izdevējiem, Latvijas preses izdevēju asociācijai, LP konkurentiem preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu sniegšanas tirgū tika nosūtītas informācijas pieprasījuma vēstules, lai noskaidrotu, galvenokārt,

- LP tirgus daļu preses izdevumu abonēšanas pakalpojumu tirgū, piegādes pakalpojumu tirgū Latvijas ģeogrāfiskajā teritorijā kopumā un atsevišķos reģionos,

- tirgus dalībnieku un preses izdevēju viedokli par to, vai preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu tirgus un preses izdevumu mazumtirdzniecības tirgus ir uzskatāmi par atsevišķiem tirgiem (no finansiālā u.c. aspektiem).

LP uzskata, ka preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojums un preses izdevumu realizācija tirdzniecībā (mazumtirdzniecībā) ir uzskatāmi par aizvietojamiem, savā 20.07.2005. vēstulē Nr.01-10.2/242 norādot, ka:

„-, preses izdevumu mazumtirdzniecību un abonēšanu var uzsākt jebkurš, kuram ir tirdzniecības vietas. Lai sāktu realizēt presi mazumtirdzniecībā, nepieciešams noslēgt vienu līgumu ar preses vairumtirgotāju, kas var piedāvāt un piegādāt lielāko preses izdevumu klāstu, vai arī atsevišķi vienoties ar katru no izdevējiem, - lai sāktu sniegt abonēšanas pakalpojumus, nepieciešams vienoties ar katru izdevēju individuāli, kā arī jābūt nodrošinātai abonēto preses izdevumu piegādei”.

No minētās LP vēstulē sniegtās informācijas var secināt, ka abonēšana un piegāde uzskatāma par vienotu pakalpojumu, turklāt, lai nodrošinātu abonēto preses izdevumu piegādi, jāizveido savs preses piegādes tīkls (papildu darbinieki, to tehniskais nodrošinājums u.c.), kas nav nepieciešams preses izdevumu mazumtirdzniecībai (to var nodrošināt jebkurš, kuram ir tirdzniecības vieta).

LP 31.01.2006. vēstulē Nr.01-10.2/34 norādījis, ka lietas izpētes gaitā:

- nav ņemtas „(..) vērā tādas tirgus īpatnības, ka abonēšanas pakalpojumu var organizēt paši preses izdevēji, ka preses izdevumus iespējams abonēt arī, izmantojot Internetu (..)”.

Izvērtējot lietā esošos materiālus, Konkurences padome secināja, ka gadījumā, ja preses izdevējs pats organizē sava izdotā preses izdevuma abonēšanu, LP (arī pārējās komercsabiedrības, kuras sniedz abonēšanas un piegādes pakalpojumus) šim preses izdevējam sniedz pakalpojumu, saistītu ar abonēšanu, to apliecina LP 2004. gadā noslēgto standarta līgumu par preses izdevumu abonēšanu un piegādi 2005. gadā, kas noslēgti ar: republikāniskās preses izdevējiem – 35. punkts, reģionālās preses izdevējiem – 26. punkts (**). Tādējādi gadījumā, ja preses izdevējs pats organizē savu izdotu preses izdevumu abonēšanu (arī, izmantojot Internetu), informācija par katra konkrētā preses izdevuma abonentiem saskaņā ar līgumu tiek nodotas komercsabiedrībām, kuras sniedz abonēšanas un piegādes pakalpojumus. Iepriekš minētais norāda, ka preses izdevēji, lai arī nodrošina sava izdotā preses izdevuma abonēšanu, tie paši abonēšanas un piegādes pakalpojumu nesniedz. To arī šādā gadījumā sniedz LP, ACD u.c., jo tie veic ar preses izdevēja starpniecību abonēto preses izdevumu abonementu pēcapstrādi (uzskatāms par preses abonēšanas tirgus sastāvdaļu), uz kuru secīgi tiek balstīta preses izdevumu piegāde (preses izdevumu piegādes tirgus). Iepriekš minētais papildus norāda, ka preses izdevumu abonēšanas pakalpojumu un piegādes pakalpojumu tirgus ir saistīti, un arī gadījumā, kad preses izdevējs nodrošina sava izdotā preses izdevuma abonēšanu, tā noslēdzošo (apstrādes) daļu nodrošina kāda no abonēšanas un piegādes pakalpojumu sniegšanas komercsabiedrībām.

- nav „(..) pētīts tirgus, ņemot vērā arī preses izdevumu iedalījumu pēc sortimenta (avīzes, žurnāli, valoda, izdošanas regularitāte u.c.), (..) lai gan LP savās vēstulēs norādījis, (..) ka ir mainījies preses izdevumu tirgus kopumā, jo patērētājs ir mainījis savas iepirkumu ieražas un tradīcijas, arvien vairāk izvēloties iknedēļas laikrakstus ikdienas laikrakstu vietā”.

Konkurences padome uzskata, ka patērētāju iepirkumu un ieražu maiņa neattiecas uz konkrētās izpētes lietas būtību un konkrētā tirgus definīciju, jo LP akcijas „Abonē pastā lētāk” sadarbības piedāvājums attiecināms uz visiem preses izdevumiem, neatkarīgi no to veida (avīze, žurnāls, valoda u.c.).

3.3. Preses izdevēju un konkrētā tirgus dalībnieku viedoklis par tirgus definējumu

Lietā saņemtā informācija (a/s „Diena” 19.10.2005. vēstule Nr.3-23/126, Press A Pasts 24.10.2005. vēstule Nr.241005-1, P.K.S. 04.11.2005. vēstule Nr.4/11, SIA „Novadnieks. Redakcija” 17.10.2005. vēstule Nr.b/n, SIA „MarKS MEDIA” 18.10.2005. vēstule Nr.22, a/s „Lauku Avīze” 19.10.2005. vēstule Nr.368, SIA „Balvu Vaduguns” 18.10.2005. vēstule Nr.90, SIA „Izdevniecības

nams FENSTER” 27.10.2005. vēstule Nr.313/05, SO „Latvijas Preses izdevēju asociācija” 26.10.2005. vēstule Nr.1-05/-38) liecina, ka gan preses izdevēju, gan preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu sniedzēju vidū nepastāv vienots viedoklis par tirgu aizvietojamību. Analizējot iepriekš minēto komercsabiedrību sniegto pamatojumu (dažādas preses izdevumu cenas, piegādes, realizācijas nosacījumi u.c.), kāpēc preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu tirgus un preses izdevumu mazumtirdzniecības tirgus ir uzskatāmi par atsevišķiem tirgiem, secinām, ka arī tie preses izdevēji un preses abonēšanas un piegādes pakalpojumu sniedzēji, kuri uzskata, ka iepriekš minētie tirgi nav uzskatāmi par atšķirīgiem tirgiem norāda uz aspektiem, kas raksturo šo tirgu atšķirības (piegādes un norēķinu veidi, atšķirīgā pakalpojumu būtība un konkrēta preses izdevuma cena u.c.). Arī patērētājs, izvēloties abonēt kādu konkrētu preses izdevumu, iegūst garantiju saņemt katru konkrētā preses izdevuma numuru, kuru piegādā konkrēts abonēšanas un piegādes pakalpojumu sniedzējs (LP, ACD, Press A Pastis vai P.K.S.) visā abonēšanas periodā par sākotnēji (abonēšanas perioda sākumā) noteiktu nemainīgu cenu.

3.4. Preses izdevumu realizācija tirdzniecībā

LP 20.07.2005. vēstulē Nr.01-10.2/242, salīdzinot preses izdevumu pirkšanas un abonēšanas priekšrocības, norādījis trīs galvenos preses izdevumu pirkšanas iemeslus:

- 1) nav jāizdod lielas naudas summas,
- 2) nav nepieciešams katrs laikraksta numurs,
- 3) pastāv izvēles iespēja mainīt vai variēt laikrakstus;

kā arī trīs galvenos abonēšanas iemeslus:

- 1) abonēt ir ērtāk – pienes mājās,
- 2) abonēt ir lētāk,
- 3) ir garantijas saņemt katru laikraksta numuru.

Minētajā vēstulē LP ir norādījis būtiskākās preses izdevumu abonēšanas un piegādes un mazumtirdzniecības tirgus atšķirības, tādējādi ir pamatojama šo pakalpojumu neaizvietojamība. Preses izdevumu iegādājoties mazumtirdzniecībā, patērētājs nesaņem konkrētā preses izdevuma piegādes pakalpojumu (jo iepriekš preses izdevums nav abonēts). Ja preses izdevuma abonents jau sākotnēji ir izvēlējis abonēt kādu preses izdevumu, tad viņš ir izvēlējis saņemt konkrētu pakalpojumu – abonētā preses izdevuma piegādi, saņemot arī garantiju saņemt katru uz noteiktu laika periodu abonētā preses izdevuma eksemplāru par salīdzinoši zemāku cenu nekā mazumtirdzniecībā.

Tādējādi var secināt, ka, veicot preses izdevumu abonēšanu, tiek iegūtas noteiktas garantijas – preses izdevumam ir garantēta piegāde, tas tiek saņemts

par zemāku cenu nekā mazumtirdzniecības tīklā (piemēram, preses kioskos), uz abonēto periodu nemainās preses izdevuma cena. Minētais konkrētais pakalpojums nav aizvietojams ar mazumtirdzniecību. Mazumtirdzniecība nav uzskatāma par pakalpojumu, kurš tiek pārdots, lai konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū aizstātu preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu.

Izdevēja izmaksu (uz vienu preses izdevuma eksemplāru) salīdzinājums, abonējot un realizējot preses izdevumu mazumtirdzniecībā 2004. gadā

Tabula Nr.1

Preses izdevums	Cena abonējot	Abonēšanas un piegādes izmaksas (par standarta formātu)Ls (**)	Cena pērkot m/t	Izmaksas, realizējot m/t Ls (**)	Izmaksas, realizējot m/t % (**)
Latvijas Avīze	0,15-0,17	(**)	0,30	(**)	(**)
Аргументы и факты	0,21-0,25	(**)	0,35	(**)	(**)
Вести	0,28-0,33	(**)	0,35	(**)	(**)
Вести сегодня	0,10-0,13	(**)	0,20	(**)	(**)
7емь секретов	0,28-0,33	(**)	0,35	(**)	(**)
Diena	0,16-0,20	(**)	0,25-0,39	(**)	(**)

SIA „Izdevniecības nams FENSTER” 27.10.2005. vēstulē Nr.313/05 norādījis savu izdoto preses izdevumu mazumtirdzniecības cenas 2004. gadā, a/s „Lauku Avīze” 19.10.2005. vēstulē Nr.364 - „Latvijas Avīzes” mazumtirdzniecības cenu 2004. gadā. Tā kā LP 26.10.2005. vēstulē Nr.01-10.2/372 norādījis, ka LP preses izdevumu piegādes zonas un tarifi 2004. gadā bija analogi 2005. gada piegādes zonām un tarifiem, bet LP noteiktais tarifs par preses izdevumu mēneša abonementa noformēšanu 2004. gadā saskaņā ar LP un a/s „Diena” 16.10.2003. noslēgto līgumu Nr.PR-1001/2004-B ir (**), aprēķinā izmantoti dati (piegādes tarifi, bez atlaidēm), kas norādīti LP un SIA „Izdevniecības nams FENSTER”, LP un a/s „Lauku Avīze”, LP un a/s “Diena” noslēgtajos līgumos par preses izdevumu abonēšanu, pārsūtīšanu, piegādi, realizāciju mazumtirdzniecībā 2004. gadā, bet abonēšanas tarifs sadalīts proporcionāli viena mēneša abonementa eksemplāru skaitam.

LP 31.01.2006. vēstulē Nr.01-10.2/34:

- pauž viedokli, ka lielu daļu no preses izdevumu realizācijas ienākumiem veido reklāmas laukumu pārdošana preses izdevumos reklāmdevējiem.

Konkrētās lietas izpētes ietvaros Konkurences padome nevērtēja preses izdevumu realizācijas ienākumus no reklāmas laukumu pārdošanas, jo šis

ienākumu veids ir attiecināms tieši uz katru konkrēto preses izdevumu un izdevēju, nevis uz preses izdevuma realizācijas veidu, preses izdevumu abonēšanu un piegādi kā pakalpojumu, kas tiek analizēts šajā konkrētajā izpētes lietā.

- norāda, ka Konkurences padome „(..) izdara nevis konkrētu ieņēmumu, izdevumu pozīciju salīdzinājumu abiem pakalpojumu veidiem (abonēšanai un mazumtirdzniecībai), bet gan vēlas viest pārliecību, ka abonēšanas un piegādes procesā zaudējumi nav plānojami, bet ir plānojami ieņēmumi un tirāžas apjoms, savukārt mazumtirdzniecībā ir plānojami zaudējumi, taču nav plānojams tirāžas apjoms un ieņēmumi”.

Salīdzinot izmaksas, kas rodas preses izdevējiem (piedāvājuma puse), secinām, ka abonēšanas, piegādes izmaksas un izmaksas (tirdzniecības atlaide, kuru izplatītājs par izdevuma realizāciju saņem no izdevēja par izdevuma realizāciju) vērtējamas kā pietuvinātas. Tātad izdevējam viena preses izdevuma realizācija, līdz tas nonāk līdz patērētājam, izmantojot abonēšanu un piegādi vai mazumtirdzniecību, no izmaksu viedokļa uzskatāma par aizvietojamu.

Līgumos, kurus preses izdevēji noslēguši ar uzņēmējsabiedrībām par preses izdevumu izplatīšanu mazumtirdzniecībā, noteikts paredzamais nerealizēto eksemplāru daudzums (% no realizācijai nodotās tirāžas). Minētais raksturlielums veido no (**) (SIA “Izdevniecības names FENSTER” un SIA „Press KS” 01.12.2003. līgums, SIA “Izdevniecības names FENSTER” un SIA „R.E.N.” 01.12.2003. līgums) līdz (**) (a/s „Lauku Avīze” un SIA „Preses aģentūra” 02.01.2004. līgums Nr.71, a/s „Lauku Avīze” un SIA „Press A Past” 02.01.2004. līgums Nr.72) no realizācijai nodotās preses izdevumu tirāžas. Tātad nododot noteiktu tirāžu realizācijai tirdzniecībā preses izdevējam jāparedz zaudējumi no nerealizētās tirāžas, turpretī realizējot preses izdevumus, izmantojot abonēšanas un piegādes pakalpojumus, izdevējs iepriekš var plānot izdodamās tirāžas apmēru, ienākumus no preses izdošanas, ar preses izdevumu abonēšanu un piegādi saistītās izmaksas. Kā norādījusi a/s „Diena” 19.10.2005. vēstulē Nr.3-23/126, „(..) pērkot abonementu, abonents samaksu (preses izdevums un piegāde) veic avansā kādam no operatoriem vai maksājot pašam preses izdevuma izdevējam (redakciju pārdotie abonementi), bet mazumtirdzniecībā samaksa tiek veikta pirkuma brīdī (..)” – tādējādi preses izdevējs var plānot ieņēmumus un savu komercdarbību, vadoties no avansā saņemtajām maksām (kā garantija preses izdevējam), savukārt mazumtirdzniecības gadījumā preses izdevējs samaksu par izdotajiem preses izdevumiem saņem tikai pēc to realizācijas, un šajā gadījumā plānot savus ieņēmumus preses izdevējs var aptuveni (vadoties no realizācijas apjoma iepriekšējā atskaites periodā u.c.). LP 20.07.2005. vēstulē Nr.01-10.2/242 norādījis, ka preses izdevumu abonēšana veido uzņēmumam garantētus ienākumus noteiktā periodā un laikrakstu tirāžas daļu bez „makulatūras”.

Tādējādi arī LP atzīst, ka preses izdevumu abonētā tirāžas daļa ir tāda, kas dod preses izdevējam garantētus ienākumus, šajā gadījumā neparedzot „makulatūru” un ar to saistītos zaudējumus, šajā pašā vēstulē arī norādot, ka „preses izdevumu mazumtirdzniecības tirgus nav vienkāršs, jo saistīts ar pastāvīgu piegāžu savlaicīgu nodrošināšanu, nenopirktās „makulatūras”, kas ļoti liels procents – 65% no piegādātas, atgriešanu, preses izdevējiem (..)”.

No iepriekš minētā secinām, ka preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojums un preses izdevumu realizācija tirdzniecībā nav uzskatāmi par aizvietojamiem.

Salīdzinot viena noteikta preses izdevuma viena eksemplāra cenas, secinām, ka iegādājoties preses izdevumus tirdzniecībā, to cenas ir no, piemēram, 76 – 100% („Latvijas Avīze”) līdz 6 – 25% („Вестн”) augstākas nekā abonējot. Tādējādi no patērētāju viedokļa, preses izdevumu pieprasījuma puses, preses izdevuma vienu (vairākus) eksemplāru abonējot vai iegādājoties mazumtirdzniecībā, preses izdevumu abonēšana, piegāde un iegāde mazumtirdzniecībā nav uzskatāma par aizvietojamu, jo preses izdevuma viena eksemplāra cenu uzskatāma par kritēriju aizvietojamības vērtējumam. Cenas kritērija no pieprasījuma puses nozīmi ir uzsvēris arī LP 20.07.2005. vēstulē Nr.01-101.2/242.

Analizējot preses izdevēju izmaksas, realizējot preses izdevumus tirdzniecībā vai izmantojot preses abonēšanas un piegādes pakalpojumus, kā arī viena konkrēta preses izdevuma viena eksemplāra cenu, par kādu tas nonāk pie gala patērētāja konstatējam, ka preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojums un preses mazumtirdzniecība uzskatāma par atsevišķiem konkrētajiem tirgiem. Preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu raksturo regularitāte, zemākas cenas, garantijas, bet būtība ir pašā pakalpojumā, kas tiek sniegts, piegādājot pasta sūtījumu (preses izdevumu) uz noteiktu adresi par uz abonēšanas periodu nemainīgu cenu, kas būtiski atšķiras no tā paša preses izdevuma viena eksemplāra cenas vienā un tajā pašā laika periodā mazumtirdzniecībā.

3.5. Konkrētais ģeogrāfiskais tirgus

Konkrētais tirgus, kurā darbojas LP, sniedzot preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumus, ir preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu tirgus Latvijas ģeogrāfiskajā teritorijā.

LP 2004. gadā nodrošināja preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu sniegšanu visā Latvijas teritorijā, un pasta nodaļu kopējā apkalpošanas zona ir analoga Latvijas ģeogrāfiskajai teritorijai.

ACD preses izdevumu abonēšanu un piegādi 2004. gadā nodrošināja Rīgā, daļā Rīgas rajona, Jūrmalā, Bauskā, daļā Bauskas rajona, Cēsīs, daļā Cēsu

rajona, Jelgavā, daļā Jelgavas rajona, Limbažos, daļā Limbažu rajona, Ogrē, daļā Ogres rajona, Tukumā, daļā Tukuma rajona, Kuldīgā, daļā Kuldīgas rajona, Valmierā, daļā Valmieras rajona, Liepājā, daļā Liepājas rajona, Talsos, daļā Talsu rajona, Ventspilī, Rēzeknē (a/s „Diena” 31.01.2005. vēstule Nr.3-23/17, 17.10.2005. vēstule Nr.3-23/124).

Press A Pasts nodrošina parakstīšanās pieņemšanu uz preses izdevumiem Rīgā un piegādā parakstītos preses izdevumus savā apkalpes zonā – Rīgā (03.02.2005. vēstule Nr.01-030205).

P.K.S. apkalpo periodisko izdevumu pasūtītājus Latvijas teritorijā un aiz tās robežām, dienas preses izdevumus piegādājot tikai Rīgas pilsētas pasūtītājiem, bet Latvijas un aizrobežu pasūtītājiem preses izdevumus piegādā ar LP starpniecību saskaņā ar tarifiem, kurus nosaka LP un P.K.S. noslēgtā līguma nosacījumi (18.02.2005. vēstule).

Vadoties no iepriekš minētā par ģeogrāfiskām teritorijām, kurās abonēšanas un piegādes pakalpojumus sniedz LP, ACD, Press A Pasts, P.K.S., ģeogrāfiskais tirgus var tikt sadalīts un vērtējams kā reģionāls. Saskaņā ar Konkurences likuma 1. panta 3. punktu nosakāmi šādi konkrētie ģeogrāfiskie tirgi – ģeogrāfiskās teritorijas, kurās konkurences apstākļi konkrētās preces tirgū ir pietiekami līdzīgi visiem šā tirgus dalībniekiem, un tādēļ šo teritoriju var nošķirt no citām teritorijām:

- Rīga, Rīgas rajons, Jūrmala (Rīgas reģions) – darbojās visas četras iepriekš minētās komercsabiedrības,
- Ogre un Ogres rajons (darbojās LP un ACD),
- Valmiera un Valmieras rajons (darbojās LP un ACD),
- Limbaži un Limbažu rajons (darbojās LP un ACD),
- Cēsis un Cēsu rajons (darbojās LP un ACD),
- Liepāja un Liepājas rajons (darbojās LP un ACD),
- Kuldīga un Kuldīgas rajons (darbojās LP un ACD),
- Ventspils (darbojās LP un ACD),
- Talsi un Talsu rajons (darbojās LP un ACD),
- Jelgava un Jelgavas rajons (darbojās LP un ACD),
- Bauska un Bauskas rajons (darbojās LP un ACD),
- Tukums un Tukuma rajons (darbojās LP un ACD),
- Rēzekne un Rēzeknes rajons (darbojās LP un ACD),
- pārējā Latvijas ģeogrāfiskā teritorija, kurā 2004. gadā darbojās tikai LP.

LP 31.01.2006. vēstulē Nr.01-10.2/34 norādījis, ka Konkurences padome ir salīdzinājusi datus, kas jau sākotnēji atšķiras. Konkurences padome uzskata, ka tirgus daļas noteikšanai ir izmantots reģionālais princips, un salīdzināti dati tajās pilsētās un pilsētu rajonos, kuros abonēšanas un piegādes pakalpojumus sniedz abi konkrētā tirgus dalībnieki – LP un ACD, Konkurences padomes 19.12.2005. vēstulē Nr.1830 norādot konkrētās ģeogrāfiskās teritorijas, kurās

konkurences apstākļi konkrētās preces tirgū ir pietiekami līdzīgi visiem šā tirgus dalībniekiem, un tādēļ šo teritoriju var nošķirt no pārējām teritorijām.

Konkurences padome, vērtējot katra tirgus dalībnieka tirgus daļas, ņemot vērā to sniegto pakalpojumu pēc būtības, uzskatot, ka finansu dati, kas raksturo apgrozījumu no abonēšanas pakalpojumu un piegādes pakalpojumu sniegšanas, raksturo arī katra uzņēmuma finansiālās darbības rādītājus katrā konkrētajā darbības ģeogrāfiskajā teritorijā.

4. Konkrētā tirgus dalībnieku daļas preses izdevumu abonēšanas pakalpojumu, preses izdevumu piegādes pakalpojumu un preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu tirgū Latvijā kopumā un konkrētos ģeogrāfiskos tirgos.

Konkurences padome informācijas pieprasījuma vēstulēs LP, ACD, Press A Pasts un P.K.S. lūdza norādīt datus par apgrozījumu, kādu katra no minētajām komercsabiedrībām guvusi 2004. gadā, sniedzot preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumus (atsevišķi). Tā kā LP 26.10.2005. vēstulē Nr.01-10.2/372 norādījis, ka LP (**), kā konkrētais ģeogrāfiskais tirgus tika noteikts Rīgas reģions.

Apgrozījums no abonēšanas pakalpojumu sniegšanas Latvijā (Ls) un tirgus daļas (%) 2004. gadā

Tabula Nr.2

N.p.k.	Ģeogr. teritorija	Apgrozījums (Ls)					Tirgus daļas (%)			
		LP	ACD	Press A	PKS	Kopā	LP	ACD	Press A	PKS
1.	Rīgas reģions	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)
2.	Ogre, Ogres r.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
3.	Valmiera, Valm.raj.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
4.	Limbaži	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
5.	Cēsis, Cēsu raj.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
6.	Liepāja, Liepājas r	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
7.	Kuldīga, Kuld.raj.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
8.	Ventspils	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		

9.	Talsi, Talsu raj.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
10.	Jelgava, Jelg. raj.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
11.	Bauska, Bauskas r	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
12.	Tukums, Tukuma r	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
13.	Rēzekne, Rēz. raj.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
14.	Latvijā (KOPĀ)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)
15.	Latvijas teritorija, kurā darbojas LP un ACD	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)

Apgrozījums no piegādes pakalpojumu sniegšanas Latvijā (Ls) un tirgus daļas (%)
2004. gadā

Tabula Nr.3

N.p.k.	Ģeogr. teritorija	Apgrozījums (Ls)					Tirgus daļas (%)			
		LP	ACD	Press A	PKS	Kopā	LP	ACD	Press A	PKS
1.	Rīgas reģions	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)
2.	Ogre, Ogres r.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
3.	Valmiera, Valm.raj.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
4.	Limbaži	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
5.	Cēsis, Cēsu raj.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
6.	Liepāja, Liepājas r	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
7.	Kuldīga, Kuld.raj.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
8.	Ventspils	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
9.	Talsi, Talsu raj.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
10.	Jelgava, Jelg. raj.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
11.	Bauska, Bauskas r	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
12.	Tukums, Tukuma r	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
13.	Rēzekne,	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		

	Rēz. raj.									
14.	Latvijā (KOPĀ)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)
15.	Latvijas teritorija, kurā darbojas LP un ACD	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)

Apgrozījums no abonēšanas un piegādes pakalpojumu sniegšanas Latvijā (Ls) un tirgus daļas (%) 2004. gadā

Tabula Nr.4

N.p.k.	Ģeogr. teritorija	Apgrozījums (Ls)					Tirgus daļas (%)			
		LP	ACD	Press A	PKS	Kopā	LP	ACD	Press A	PKS
1.	Rīgas reģions	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)
2.	Ogre, Ogres r.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
3.	Valmiera, Valm.raj.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
4.	Limbaži	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
5.	Cēsis, Cēsu raj.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
6.	Liepāja, Liepājas r	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
7.	Kuldīga, Kuld.raj.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
8.	Ventspils	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
9.	Talsi, Talsu raj.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
10.	Jelgava, Jelg. raj.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
11.	Bauska, Bauskas r	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
12.	Tukums, Tukuma r	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
13.	Rēzekne, Rēz. raj.	(**)	(**)			(**)	(**)	(**)		
14.	Latvijā (KOPĀ)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)
15.	Latvijas teritorija, kurā darbojas LP un ACD	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)	(**)

Vadoties no LP 26.10.2005. vēstulē Nr.01-10.2/372, Press A Pasts 22.11.2005. vēstulē Nr.221105-01, P.K.S. 29.11.2005. vēstulē Nr.29/11, a/s „Diena” 28.11.2005. vēstulē Nr.3-23/150 un 01.12.2005. vēstulē Nr.3-23/153 sniegtās informācijas par apgrozījumu 2004. gadā no preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu sniegšanas, var secināt, ka 2004. gadā Rīgas reģionā LP tirgus daļa gan abonēšanas pakalpojumu tirgū, gan piegādes pakalpojumu tirgū, gan abonēšanas un piegādes pakalpojumu tirgū pārsniedza 50%, lai gan LP 26.10.2005. vēstulē Nr.01-10.2/372 ir norādījis, ka „(..) daudzviet lielajās pilsētās LP sniegto abonēšanas un/vai piegādes pakalpojumu īpatsvars ir mazāks nekā citiem konkurentiem, taču kopējie dati veidojas no pakalpojuma nodrošināšanas pilsētu rajonu teritorijās (..)”. Ģeogrāfiskās teritorijās, kurās darbojas LP un ACD 2004. gadā LP tirgus daļas iepriekš minētajos tirgos ir lielāks par 80%.

5. LP dominējošais stāvoklis

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

LP tirgus daļa preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu sniegšanas tirgū ievērojami pārsniedz 40%, un tā ir vismaz divas reizes lielāka kā nākošā lielākā tirgus dalībnieka tirgus daļa. LP ir arī tirgus vara attiecībā pret konkurentiem, kas izpaužas kā pilnīga vai daļēja spēja darboties neatkarīgi no konkurentiem. Konkrētās preces tirgū LP tirgus varu veido LP pieejamā izplatīšanas infrastruktūra visā Latvijas ģeogrāfiskajā teritorijā, un, izplatot (piegādājot) pasta sūtījumus, vienlaikus tiek izplatīti (piegādāti) arī preses izdevumi.

Saskaņā ar „Pasta likuma” 4.pantā noteikto, LP ir piešķirtas monopoltiesības sniegt noteiktus pasta pakalpojumus. LP tam piešķirto ekskluzīvo tiesību dēļ ir vienīgais operators, kam ir pasta iestāžu tīkls visā Latvijā.

Paziņojuma 2.6.punktā kā dominanci identificējoši kritēriji ir izdalītas šādas pazīmes: (1) uzņēmumam ir ekskluzīvas tiesības attiecībā uz noteikta veida pasta sūtījumu piegādi, kas ļauj iegūt nozīmīgus apjomradītus ietaupījumus, un operators, kas sniedz šo pakalpojumu, vairumā gadījumā tāpēc dominē arī pasta

sūtījumu savākšanas, šķirošanas un transportēšanas tirgos; (2) uzņēmumam, kas piedāvā piegādi, jo īpaši, ja tas pārvalda arī pasta telpas, ir būtiska priekšrocība — lietotāji to uzskata par galveno pasta uzņēmumu, jo tas ir visredzamākais, un tāpēc to visbiežāk arī izvēlas.

Konkurences padome secina, ka LP ir dominējošā stāvoklī preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu tirgū gan atsevišķās Latvijas ģeogrāfiskās teritorijās, kuras definētas kā atsevišķi ģeogrāfiskie tirgi šīs lietas ietvaros, gan kopumā tajā Latvijas ģeogrāfiskās teritorijas daļā, kurā darbojas LP un ACD. LP kā uzņēmumam, kas veic pasta sūtījumu (preses izdevumu) piegādi un arī pārvalda visas Latvijas teritorijā esošās pasta nodaļas, ir priekšrocība – abonenti to izvēlas biežāk, jo tas ir nozīmīgā Latvijas teritorijas daļā arī vienīgais pasta pakalpojumu sniedzējs. Šajā situācijā LP, izplatot savā preses izdevumu izplatīšanas tīklā preses izdevumus par zemāku cenu nekā tie tiek izplatīti citos preses izplatīšanas tīklos, rada priekšrocības, kas vēl vairāk pastiprina savu tirgus varu konkrētajos tirgos.

6. Termina „abonements” definējums un abonementu skaits kā kritērijs tirgus daļu noteikšanai

1. Konkurences padome 07.04.2006. nosūtīja vēstuli Nr.752 a/s „Diena” (Nr.754 LP), lai noskaidrotu a/s „Diena” (LP) un preses izdevēju noslēgtajos līgumos par preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu sniegšanu lietotā termina „abonements” definējumu.

A/s „Diena” 13.04.2006. vēstulē Nr.3.9/54 informēja, ka „(..) ar terminu „abonements” saprot preses izdevēja vai piegādātāja saistību pret klientu par preses izdevuma viena eksemplāra piegādi katrā preses izdevuma iznākšanas reizē nolīgtajā periodā (..)”.

LP 13.04.2006. vēstulē Nr.01-10.2/86 norādīja, ka (**).

Pamatojoties uz iepriekš minēto, Konkurences padome uzskata, ka visobjektīvākais tirgus daļu raksturojošais rādītājs ir katra tirgus dalībnieka apgrozījums konkrētajā tirgū, un secina, ka abonementu skaits nevar tikt uzskatīts par precīzu lielumu, jo tas var būt nopirkts uz īsāku laika periodu nekā gads, un nevar tikt salīdzināts ar preses izdevuma abonementu, kas nopirkts uz garāku laika periodu, piemēram, gadu.

2. LP 24.03.2006. vēstulei Nr.01-10.2/70 pievienoti dati par LP abonementu skaitu 2004. gadā pa mēnešiem Jelgavā, Tukumā, Talsos, Kuldīgā, Liepājā, Ventspilī, Bauskā, Limbažos, Cēsīs, Valmierā, Rēzeknē, Ogrē (precizēti dati LP 13.04.2006. vēstulē Nr.01-10.2/86), kā arī iepriekš minētā abonementu

skaita analīze, kura liecina, ka LP abonementu skaits iepriekš minētajās pilsētās ir (**), bet attiecīgajās rajonu teritorijās (**).

Konkurences padome secina, ka šie dati raksturo tikai LP abonementu skaitu iepriekš minētajās pilsētās un to rajonos, LP abonementu skaita (pilsēta : rajons) savstarpējo attiecību, nevis LP tirgus daļu kādā no Konkurences padomes definētajiem konkrētajiem ģeogrāfiskajiem tirgiem, kurā darbojas LP un ACD.

3. Vadoties no LP (07.02.2005. vēstule Nr.01-10.2/28, 13.05.2005. vēstule Nr.01-10.2/28), a/s „Diena” (31.01.2005. vēstule Nr.3-23/17), ACD (09.05.2005. vēstule Nr.1.5.2./69), Press A Pasts (03.02.2005. vēstule Nr.01-030205, 09.05.2005. vēstule Nr.01-090505), P.K.S. (18.02.2005. vēstule, 20.05.2005. vēstule) sniegtās informācijas par preses izdevumu abonementu skaitu laika periodā no 2004. gada janvāra līdz 2005. gada maijam, Konkurences padome analizēja LP, ACD un Press A Pasts abonementu skaita izmaiņas minētajā laika periodā gan kopumā, gan to preses izdevumu abonementu skaita izmaiņas, kuri 2005. gadā piedalījās LP akcijā „Abonē pastā lētāk”, secinot, ka:

1) preses izdevumu, kuri 2005. gadā piedalās akcijā „Abonē pastā lētāk”, abonementu skaits LP ir strauji pieaudzis (par 8,9%, salīdzinot ar 2004. gada decembri) no 2005. gada janvāra, turpmākajā periodā to skaitam samazinoties. Pēc iepriekšējā abonēšanas gadā (2004. gadā) abonementu skaita samazinājuma pa mēnešiem, 2005. gada janvārī, salīdzinot ar 2004. gada janvāri, abonementu skaits LP ir samazinājies par 0,4%, bet ACD – par 25,7%. ACD abonementu skaits 2005. gada janvārī ir strauji samazinājies (par 25,7%, salīdzinot ar 2004. gada decembri), turpmākajā periodā saglabājot nemainīgu (2005. gada janvārī) sasniegto līmeni. 2005. gada janvārī LP abonementu skaits, salīdzinot ar 2004. gada decembri, ir palielinājies par 8609, bet ACD minētajā periodā samazinājies par 4442;

2) ACD kopš 2004. gada decembra/2005. gada janvāra ir saglabājies nemainīgs gan kopējais preses izdevumu abonementu skaits, gan arī to preses izdevumu abonementu skaits, kuri nepiedalās LP akcijā, samazinoties to preses izdevumu abonementu skaitam, kuri piedalās LP akcijā „Abonē pastā lētāk”;

3) LP, pieaugot ne tikai to preses izdevumu, kuri piedalās LP akcijā, bet arī abonementu skaitam kopā un preses izdevumu, kuri nepiedalās LP akcijā, abonementu skaitam, var secināt, ka LP savas tirgus daļas pieaugumu (rēķinot pēc abonementu skaita izmaiņām) par ~ 2% (no 2004. gada janvāra līdz 2005. gada maijam) ir nodrošinājis ar dažādām aktivitātēm (jauni pakalpojumi) un pateicoties lasīšanas tradīciju maiņai, izvēloties vairāk abonēt žurnālus, un nav nodrošinājis tikai, piedāvājot abonēt lētāk nekā citos izplatīšanas tīklos zināmu skaitu preses izdevumu. Tādējādi secinām, ka tirgus daļas pieaugumu iespējams nodrošināt ar marketinga un reklāmas aktivitātēm gan no preses izdevēju (dažādas akcijas abonentiem, konkrētā preses izdevuma koncepcija, mērķauditorija un saturs u.c.), gan preses izdevumu abonēšanas un piegādes

pakalpojumu konkrētā tirgus dalībnieku puses (dažādas akcijas abonentiem u.c.). Minēto apliecina arī abonementu skaita izmaiņas (absolūtos skaitļos), preses izdevumu, kuri piedalās LP akcijā „Abonē pastā lētāk”, abonementu skaitam LP pieaugot par 8609, bet pārējo preses izdevumu, kuri nepiedalās LP minētajā akcijā – par 18565, 2005. gada janvārī, salīdzinot ar 2004. gada decembri.

Preses abonēšanas un piegādes pakalpojumu tirgus dalībnieku tirgus daļas Latvijā laika periodā no 2004. gada janvāra līdz 2005. gada maijam pēc abonementu skaita

Tabula Nr.5

N.p.k.	Laiks	Abonementu skaits					Tirgus daļas (%)			
		LP	ACD	Press A	PKS*	Kopā	LP	ACD	Press A	PKS*
1.	I' 04	436487	235202	11999	306	683994	63.8	34.4	1.8	0.04
2.	II' 04	433866	236551	13294	306	684017	63.4	34.6	1.9	0.04
3.	III' 04	435986	237246	13486	306	687024	63.5	34.5	2.0	0.04
4.	IV' 04	427790	233050	13348	306	674494	63.4	34.6	2.0	0.05
5.	V' 04	420098	227845	13353	306	661602	63.5	34.4	2.0	0.05
6.	VI' 04	425554	227418	13340	306	666618	63.8	34.1	2.0	0.05
7.	VII' 04	397512	218847	13222	422	630003	63.1	34.7	2.1	0.07
8.	VIII' 04	413254	219700	13266	422	646642	63.9	34.0	2.1	0.07
9.	IX' 04	418734	224145	13251	422	656552	63.8	34.1	2.0	0.06
10.	X' 04	423159	227112	12271	422	662964	63.8	34.3	1.9	0.06
11.	XI' 04	431953	241986	12199	422	686560	62.9	35.2	1.8	0.06
12.	XII' 04	452056	250117	12121	422	714716	63.2	35.0	1.7	0.06
13.	I' 05	479227	244306	13229	224	736986	65.0	33.1	1.8	0.03
14.	II' 05	494731	247930	12279	224	755164	65.5	32.8	1.6	0.03
15.	III' 05	503079	249275	12378	224	764956	65.8	32.6	1.6	0.03
16.	IV' 05	492261	248308	12230	224	753023	65.4	33.0	1.6	0.03
17.	V' 05	495743	248897	12214	224	757078	65.5	32.9	1.6	0.03

* - P.K.S. sniegusi informāciju par abonentu skaitu konkrētos laika periodos (2004. gada 1. un 2. ceturksnī, 2005. gada 1. ceturksnī). Konkrētie dati tabulā ievietoti, pieņemot, ka katra konkrētā preses izdevuma abonentu skaits atbilst abonementu skaitam, un pakalpojumu sniedzējs saimniecisko darbību veic visu gadu, nevis tikai pusgadu.

7. LP apstiprinātie preses izdevumu piegādes tarifi un atlaides 2005. gadam

LP 13.04.2005. vēstulei Nr.01-10.2/105 pievienots LP 20.12.2004. Valdes sēdes protokola Nr.32/2004 pielikums Nr.3 „Preses izdevumu piegādes tarifi 2005. gadam (Jaunā redakcija)”. Minētajā dokumentā noteikti abonēšanas un piegādes tarifi un to piemērošanas kritēriji: (**).

Tādējādi LP ir noteicis abonēšanas un piegādes tarifa atlaides, kuru piemērošana konkrētajam tarifam atkarīga no šādiem kritērijiem:

- atkarībā no abonentiem nosūtīto eksemplāru skaita mēnesī (apjoma atlaides). Piemērojot šo atlaidi, 3. piegādes grupas tarifi tiek pielīdzināti 2. grupai, un izdevējs tādējādi saņem piegādes tarifa atlaidi ~ 15% apmērā,
- dažādu preses izdevuma abonementa pamatcenu noteikšana dažādos preses izplatīšanas tīklos. Lai saņemtu šo piegādes tarifa atlaidi (10% un/vai 20% apmērā), preses izdevējam jānosaka preses izdevuma abonementa pamatcena LP attiecīgi (par 10% un/vai 20%) zemāka nekā citos izplatīšanas tīklos, turklāt abonēšanas (salīdzinot Ls 0,08 un Ls 0,063, - atlaide 27%) un piegādes tarifa atlaide saglabājas tik ilgi, cik ilgi saglabājas abonementa cenu atšķirība.

8. LP piedāvājums preses izdevējiem

8.1. Pirms abonēšanas kampaņas 2005. gadam sākuma

1) LP 16.09.2004. vēstulē Nr.36-14.1/133 „Par sadarbību 2005. gadā”, kura tika nosūtīta republikāniskās preses izdevējiem pirms preses izdevumu abonēšanas kampaņas 2005. gadam sākuma, norādīts, ka:

1) - maksa par LP pieņemtā preses izdevuma abonēšanas organizēšanu, pieņemšanu un apstrādi noteikta Ls 0,08 mēnesī par katru izdevuma mēneša abonementu,

- preses izdevumu piegādes tarifi ir noteikti trim piegādes zonām un ir atkarīgi no preses izdevuma formāta, abonētās tirāžas un periodiskuma;

2) LP piedāvā preses izdevējiem:

- noteikt maksu par LP pieņemtā preses izdevuma abonēšanas organizēšanu, pieņemšanu un apstrādi – Ls 0,063 mēnesī par katru izdevuma mēneša abonementu,

- samazināt piegādes maksu par 10% un/vai 20% katram piegādes zonas tarifam attiecīgi pie nosacījuma

ja izdevējs nosaka, ka preses izdevuma abonementa pamatcenas, LP gada sadarbības akcijas ietvaros „Abonē pastā lētāk”, ir attiecīgi zemākas par citos preses izdevumu piegādes tīklos noteikto pamatcenu par 10% un/vai 20%. Piegādes un apstrādes tarifu atšķirības saglabājas tik ilgi, cik ilgi pastāv abonementa cenu atšķirība.

2) LP 16.09.2004. vēstulē Nr.36-14.5/134 „Par sadarbību 2005. gadā”, kura tika nosūtīta reģionālās preses izdevējiem pirms abonēšanas kampaņas 2005. gadam sākuma, norādīts, ka :

1) – maksa par LP pieņemtā preses izdevuma abonēšanas organizēšanu, pieņemšanu un apstrādi noteikta Ls 0,063 mēnesī par katru izdevuma mēneša abonementu,

- preses izdevumu piegādes tarifi ir noteikti divām piegādes zonām un ir atkarīgi no preses izdevuma formāta, abonētās tirāžas un periodiskuma;

2) LP piedāvā preses izdevējiem:

- samazināt piegādes maksu par 10% un/vai 20% katram piegādes zonas tarifam attiecīgi pie nosacījuma

ja izdevējs nosaka, ka preses izdevuma abonementa pamatcenas, LP gada sadarbības akcijas ietvaros „Abonē pastā lētāk”, ir attiecīgi zemākas par citos preses izdevumu piegādes tīklos noteikto pamatcenu par 10% un/vai 20%. Piegādes un apstrādes tarifu atšķirības saglabājas tik ilgi, cik ilgi pastāv abonementa cenu atšķirība.

Tātad pirms abonēšanas kampaņas 2005. gadam sākšanas LP piedāvāja:

- republikāniskajiem preses izdevumiem samazināt maksu par LP pieņemtā preses izdevuma abonēšanas organizēšanu, pieņemšanu un apstrādi par 27%,

- republikāniskajiem un reģionālajiem preses izdevumiem samazināt piegādes maksu par 10% un/vai 20% katram piegādes zonas tarifam attiecīgi pie nosacījuma:

ja izdevējs nosaka, ka preses izdevuma abonementa pamatcenas, LP gada sadarbības akcijas ietvaros „Abonē pastā lētāk”, ir attiecīgi zemākas par citos preses izdevumu piegādes tīklos noteikto pamatcenu par 10% un/vai 20%. Piegādes un apstrādes tarifu atšķirības saglabājas tik ilgi, cik ilgi pastāv abonementa cenu atšķirība.

8.2. Pirms abonēšanas kampaņas 2006. gadam sākuma

Pirms abonēšanas kampaņas 2006. gadam sākuma LP republikāniskās preses izdevējiem nosūtīja 28.09.2006. vēstuli Nr.36-14.1/387 „Par sadarbību 2006. gadā” un reģionālās preses izdevējiem – 28.09.2005. vēstuli Nr.36-12/388 „Par sadarbību 2006. gadā”. Abās iepriekš minētajās vēstulēs norādīts, ka „Pasti piedāvā izdevējiem noteikt maksu par Latvijas Pastā pieņemtā preses izdevuma abonēšanas organizēšanu, pieņemšanu un apstrādi (..) par katru izdevuma mēneša abonementu, un samazināt piegādes maksu par 10% un/vai 20% katram piegādes zonas tarifam. Piegādes un apstrādes tarifu atšķirības saglabājas tik ilgi, cik ilgi pastāv adekvāta Preses izdevēja noteikta preses izdevuma abonementa cenu atšķirība”. Tā kā abās iepriekš minētajās vēstulēs nav dots skaidrojums, ko nozīmē „adekvāta Preses izdevēja noteikta preses izdevuma abonementa cenu atšķirība” un, kas šo atšķirību veido, Konkurences padome LP 20.04.2006. nosūtīja vēstuli Nr.898 ar lūgumu sniegt šī kritērija skaidrojumu un piemērošanas nosacījumus.

LP 24.04.2006. vēstulē Nr.07-7/34 paskaidrots, ka adekvāta Preses izdevēja noteikta preses izdevuma abonementa cenu atšķirība nozīmē, ka atbilstoši preses izdevēja noteiktajam preses izdevuma abonementa cenas samazinājumam par 10% vai 20% LP samazina šī preses izdevuma piegādes

maksu. LP minētajā vēstulē paskaidrojis, ka pastāv divas abonementu cenas – pamata cena, kurai preses izdevējs nav piemērojis samazinājumu un otra abonementa cena, kuru preses izdevējs ir samazinājis par 10% vai 20%.

Konkurences padome, izvērtējot vēstulēs „Par sadarbību 2005. gadā” un „Par sadarbību 2006. gadā”, kuras LP izsūtīja preses izdevējiem pirms abonēšanas kampaņas 2005. gadam un 2006. gadam sākuma, esošo informāciju, kā arī LP un preses izdevēju noslēgtajos līgumos par preses izdevumu abonēšanu, pārsūtīšanu, piegādi, realizāciju mazumtirdzniecībā 2005. gadā (pievienoti LP 11.01.2005. vēstulei Nr.8-2/38) un LP un SIA „Mediju Nams” 12.10.2005. noslēgtajā līgumā Nr.PR-1041/2006-A (saņemts 20.04.2006.) esošos nosacījumus, pamatojoties uz kuriem akcijas „Abonē pastā lētāk” ietvaros tiek piemērotas 10% un/vai 20% atlaides preses izdevumu piegādes un apstrādes tarifiem, secina, ka pēc būtības preses izdevumu abonēšanas un piegādes atlaižu piemērošanas nosacījumi 2006. gadā ir analogi 2005. gada nosacījumiem. Tādējādi arī 2006. gadā LP akcijas „Abonē pastā lētāk” ietvaros preses izdevējiem (pēc viņu izvēles) piemēro abonēšanas un piegādes tarifa atlaides, par kuru piemērošanu 2005. gada abonēšanas kampaņas laikā Konkurences padome ierosināja šo lietu.

9. LP viedoklis par abonēšanas un piegādes tarifu atlaižu noteikšanu

LP norādījis, ka:

1) „(..) LP, nosūtot sadarbības piedāvājumu preses izdevumu izdevējiem Latvijā ar vienādiem piegādes tarifiem visiem tirgus dalībniekiem, ir rīkojies atbilstoši godīgas konkurences priekšnosacījumiem, un izdevēja izvēli pieņemt konkrēto piedāvājumu, samazinot savas abonentu pamatcenas vai nesamazinot, Latvijas pasts nekādā veidā neietekmē” (LP 18.10.2004. vēstule Nr.01-10.2/337 a/s „Diena”).

Konkurences padome uzskata, ka pats fakts, ka izdevējam formāli pastāv izvēle brīvai rīcībai (izvēlēties vai neizvēlēties LP piedāvājumu), ka izdevējs netiek piespiests pieņemt LP piedāvājumu, vērtējot tirgus dalībnieka rīcību saskaņā ar Konkurences likuma 13.pantu, nav izšķirošs. Arī tāda pakalpojuma sniedzēja (dominējošā tirgus dalībnieka) rīcība, piedāvājot un vēlāk piemērojot atlaides ar nosacījumu, ja pakalpojuma pircējs piekrīt un vēlāk arī piemēro (rada) tam citus labvēlīgākus noteikumus, var tikt uzskatīta par Konkurences likuma 13.panta pārkāpumu. Ja šāda rīcība būtiski ietekmē (samazina) pastāvošās (jau tā ierobežotās) konkurentu iespējas konkurēt ar dominējošo tirgus dalībnieku, tad šādas darbības satur Konkurences likuma 13.panta pārkāpuma pazīmes.

Pašas par sevi ir aizliegtas darbības, kas pretrunā ar Konkurences likuma 13.panta 3.punktu, ja pakalpojuma pircējs (preses izdevējs) ir spiests uzņemties papildu saistības, kas, pirmkārt, nav saistītas konkrēto darījumu par preses izdevumu apstrādi un piegādi. Otrkārt, šādas saistības rada nevienlīdzīgus konkurences apstākļus citiem pakalpojuma sniedzējiem (LP konkurentiem). Šādu papildu saistību izvirzīšana no LP puses nodrošina to, ka preses izdevumu abonēšanas cenas LP tīklā būs zemākas nekā citos tā konkurentu tīklos. To apliecina arī iegūtie pierādījumi lietā (sk. Lēmuma 12. punktu).

2) samazinot kopējos abonēšanas un preses izdevumu piegādes izdevumus, samazinātos arī abonēšanas maksa, tādējādi radot labvēlīgākus nosacījumus iegādāties preses izdevumus. Piedāvājumā, kas tika nosūtīts preses izdevējiem, tika saglabāta ideja samazināt abonēšanas pakalpojumu cenu, samazinot uzcenojumu, ko var praktiski realizēt tikai LP, samazinot abonēšanas apstrādes un preses izdevumu piegādes izmaksas, bet izdevēji – samazinot abonementa pamatcenu;

- LP nodrošina visu valsti aptveroša pasta pakalpojumu tīkla funkcionēšanu nolūkā radīt vienotu komunikāciju standartu Latvijā, visā Latvijas teritorijā ģeogrāfiski nediferencētu vispārējo pasta pakalpojumu tarifu pielietojumu;

- LP pieņem preses izdevumu pasūtījumus un veic to piegādi abonentiem visā LR teritorijā, bet citas komercsabiedrības minēto pakalpojumu nodrošina tikai konkrētās (rentablās) LR teritorijas daļās;

- LP akcijas „Abonē pastā lētāk” mērķis bija radīt labvēlīgākus un ekonomiski izdevīgākus apstākļus Latvijas iedzīvotājiem par zemāku cenu iegādāties preses izdevumu abonementus, tādējādi dodot iespēju izvēlēties preses izdevumus kā masu saziņas līdzekli sev nepieciešamās informācijas ieguvei;

- piemērojot abonēšanas un piegādes tarifa atlaides, LP neguva papildu ienākumus un nebija izvirzījis šādu mērķi. Piešķirot tarifa atlaides, LP vadījās no aprēķina, lai tiktu segtas visas ar abonēšanu (apstrādi) un piegādi saistītās izmaksas, saglabājot nelielu uzcenojumu. Pie fiksētām izmaksām, kas rodas, sniedzot visus pakalpojumus, būtiska nozīme ir piegādāto pakalpojumu apjomam, nevis cenai (LP 07.02.2005. vēstule Nr.01-10.2/28 par abonēšanas un piegādes atlaižu piemērošanu).

3) LP ieguvums akcijas „Abonē pastā lētāk” rezultātā ir abonentu piegādes apjoma palielinājums, jo, preses izdevējiem samazinot preses izdevuma abonementa cenu, palielinājās preses pieejamība lasītājam kopumā un abonementu skaits. Preses izdevumu abonentu skaits ir pieaudzis arī preses izdevumu segmenta izmaiņu tirgū rezultātā;

- 2005. gada abonēšanas kampaņa ir parādījusi lasīšanas tradīciju maiņu no ikdienas preses izdevumu abonēšanas uz žurnālu abonēšanu. Lielākā daļa no (**) pieauguma ir žurnālu abonementu pieaugums (žurnālu abonementu skaita palielinājums tirgū) (LP 13.05.2005. vēstule Nr.01 – 10.2/28);

- kā iemeslus abonētu skaita pieaugumam var uzskatīt veiksmīgas pašreklāmas kampaņas, ko organizējuši paši izdevēji, norādot, ka abonementa cena, piedaloties akcijā „Abonē pastā lētāk”, ir pazemināta.

LP, piedāvājot preses izdevējiem iespēju saņemt abonēšanas un piegādes tarifa atlaides, ja tie noteiks zemākas savu izdoto preses izdevumu cenas LP nekā citos preses izplatīšanas tīklos (piemēram, ACD), nesaista atlaižu noteikšanu ar katra konkrētā preses izdevuma abonementu skaitu kādā konkrētā laika periodā vai kādu citu kritēriju, kas būtu tieši atkarīgs no konkrētā preses izdevumu raksturojošiem rādītājiem preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu tirgū. LP ar savu atlaižu sistēmu nodrošina to, ka konkrētās atlaides tiks piemērotas vienīgi LP saskaņā ar līguma noteikumiem, kas atkarīgas no cenu diferenciacijas dažādos preses izplatīšanas tīklos. Šajā situācijā atšķirīgā (zemākā) cena darbojas kā stimuls preses izdevuma abonētājam izvēlēties LP pakalpojumu, kurš piedāvā saņemt analogu pakalpojumu par zemāku cenu nekā no cita preses abonēšanas un piegādes tirgus dalībnieka. Izvēloties abonēt konkrēto preses izdevumu par zemāku cenu, abonētais izmantos LP pakalpojumus, un šo konkrēto darbību rezultātā (preses izdevuma cenas diferenciacija, abonētais izvēle par labu zemākajai cenai par analogu precī) samazinās citu konkrētā tirgus dalībnieku (LP konkurentu) klientu skaitu, ienākumi un tirgus daļu.

Ņemot vērā LP dominējošo stāvokli konkrētajos tirgos un lielo preses izdevumu īpatsvaru, kāds tiek abonēts un piegādāts tieši ar LP starpniecību, daļa preses izdevēju, noslēdzot līgumus ar LP par preses izdevumu abonēšanu un piegādi 2005. gadā pieņēma LP izteikto piedāvājumu, tādējādi saņemot preses izdevumu abonēšanas un piegādes tarifu atlaides un vienlaicīgi nodrošinot arī LP dominējošās pozīcijas nostiprināšanos konkrētajā tirgū (abonētu skaita, abonēto preses izdevumu skaita un ienākumu pieaugumu no darbības konkrētajā tirgū).

10. Preses izdevēju, kuru izdotajiem preses izdevumiem LP piemēro abonēšanas un piegādes tarifa atlaides, un Latvijas Preses izdevēju asociācijas viedoklis par atlaižu noteikšanu

LPIA uzskata, ka diferencētu preses izdevumu pamatcenu noteikšana dažādos preses izplatīšanas tīklos tikai daļēji uzskatāma par dažādas attieksmes izteikšanu pret dažādiem preses abonēšanas un piegādes tirgus dalībniekiem, ņemot vērā, ka to piedāvāto pakalpojumu kvalitāte arī ir nedaudz atšķirīga.

LP ir tiesīgs izteikt sadarbības piedāvājumus, preses izdevējiem ir tiesības izvēlēties, vai sadarboties uz šiem vai citiem piedāvātajiem noteikumiem, tādējādi uzskatot, ka LP abonēšanas un piegādes tarifa atlaide 10% un/vai 20% apmērā nav uzskatāma par būtiski pamudinošu izdevējiem vienam un tam pašam

preses izdevumam noteikt diferencētas abonementu pamatcenas, tomēr tas uzskatāms par vienu no daudziem izvēles aspektiem (11.02.2005. vēstule Nr.4/1-05).

Preses izdevēji, kuri piedalās LP akcijā „Abonē pastā lētāk”, uzskata (SIA „Izdevniecības nams „Fenster”” 08.02.2005. vēstule Nr.31/05, a/s „Lauku Avīze” 07.02.2005. vēstule Nr.35, SIA „Kappe” 27.01.2005. vēstule Nr.b/n, SIA „Rajona laikraksts „Ogres Vēstis”” 22.03.2005. vēstule Nr.38), ka LP piedāvātās abonēšanas un piegādes tarifa atlaides nav galvenais, tomēr svarīgs arguments dažādu sava izdotā preses izdevuma pamatcenu noteikšanai dažādos preses izplatīšanas tīklos. Kā pamatu cenu diferenciācijai preses izdevēji uzsver:

- dažādo preses izplatītāju atšķirīgo preses piegādes pakalpojumu līmeni (piemēram, kvalitatīvāka un dārgāka pakalpojuma nodrošināšana no ACD puses),
- lauku iedzīvotāju zemo pirktspēja,
- preses izplatītāju piedāvātās dažādās atlaižu programmas.

11. Konkurences padomes viedoklis par abonēšanas un piegādes tarifa atlaižu noteikšanu

LP, lai nodrošinātu abonēšanas kampaņu 2006. gadam, vērsās (26.10.2005. vēstule Nr.01-10.2/372) pie Konkurences padomes ar mērķi saņemt „(..) rekomendāciju līgumu noslēgšanai ar izdevējiem nākamajam gadam, lai izvairītos no iespējamām pārpratumiem tiesību normu interpretācijā”, lai gan saskaņā ar LP vēstulē „Par sadarbību 2006. gadā”, kas tika nosūtīta preses izdevējiem pirms abonēšanas kampaņas 2006. gadam sākuma, norādīto „Līgumus par preses izdevumu abonēšanu Preses pakalpojumu dienests pieņems no 2005. gada 29. septembra līdz 2005. gada 12. oktobrim”.

Tādējādi Konkurences padome secina, ka LP pie Konkurences padomes vērsās pēc līgumu ar preses izdevējiem 2006. gadam noslēgšanas.

Atbildot uz iepriekš minēto LP vēstuli, Konkurences padome 11.11.2005. vēstulē Nr.1629 LP sniedza savu viedokli par atlaižu piemērošanas praksi izdevējiem, norādot, ka tirgus dalībnieka rīcība, nosakot abonēšanas un piegādes atlaides preses izdevējiem atkarībā no tā, vai preses izdevējs diferencē savu izdevumu abonēšanas cenu dažādos preses izplatīšanas tīklos, nav uzskatāma par pieļaujamu dominējošam tirgus dalībniekam. Piemērojot šāda veida atlaides preses izdevējiem, dominējošais tirgus dalībnieks ierobežo brīvu konkurenci preses izdevumu abonēšanas pakalpojumu un preses izdevumu piegādes pakalpojumu tirgū, radot tā konkurentiem nelabvēlīgākus konkurences apstākļus.

Šādu atlaižu piemērošana no dominējošā stāvoklī esoša tirgus dalībnieka puses ir vērtējama kā sasaistīšana, jo atlaides no abonēšanas un piegādes maksas

piešķiršana (vai saglabāšana) ir sasaistīta ar to, ka preses izdevējs saglabā (vai nosaka) lielāku abonēšanas cenu citiem dominējošā tirgus dalībnieka konkurentiem, tad būtu piemērojams Konkurences likuma 13. panta 3. punkts (..).

12. Fakti, kas pierāda abonēšanas cenu noteikšanu atkarībā no izplatīšanas tīkla

1. LP 31.01.2006. vēstulē Nr.01-10.2/343 izsaka viedokli, ka Konkurences padome savā vērtējumā nav pierādījusi tāda fakta esamību, ka preses izdevumu abonēšanas cenas preses izdevējs ir noteicis dažādas, atkarībā no izplatīšanas tīkla, tajā skaitā, LP attiecīgi par 10 vai 20% zemāk.

Konkurences padome uzskata, ka LP 31.01.2006. vēstulē Nr.01-10.2/34 paustais viedoklis, ka „LP (..) izteiktais piedāvājums preses izdevējiem nesatur dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas pazīmes, jo tas izpaužas kā tādu noteikumu izvirzīšana (atlaides abonēšanas un piegādes pakalpojumu tarifiem), kuri darījuma slēgšanu, grozīšanu vai izbeigšanu ar preses izdevējiem nepadara atkarīgu no tā, vai šis preses izdevējs uzņemas papildu saistības (noteikt dažādas preses izdevumu cenas dažādos preses izplatīšanas tīklos)(..)”, nav pamatots.

Konkurences padome uzskata, ka izpētes lietas materiālos ir pierādījumi, ka preses izdevēji ir noteikuši dažādas savu izdoto preses izdevumu abonēšanas cenas dažādos preses izplatīšanas tīklos, tajā skaitā – LP attiecīgi par 10 un 20% lētāk:

- 1) LP laikrakstu un žurnālu katalogs 2004. un 2005. gadam un ACD laikrakstu un žurnālu (preses izdevumu) abonēšanas katalogs 2004. un 2005. gadam,
- 2) LP 16.09.2004. vēstule Nr.36-14.1/133 „Par sadarbību 2005. gadā”, kura tika nosūtīta republikāniskās preses izdevējiem pirms preses izdevumu abonēšanas kampaņas 2005. gadam sākuma un LP 16.09.2004. vēstule Nr.36-14.5/134 „Par sadarbību 2005. gadā”, kura tika nosūtīta reģionālās preses izdevējiem pirms abonēšanas kampaņas 2005. gadam sākuma. Minētajās vēstulēs norādīts, ka abonēšanas un piegādes tarifa atlaides tiek piemērotas pie nosacījuma, „ja izdevējs nosaka, ka preses izdevuma abonementa pamatcenas, LP gada sadarbības akcijas ietvaros „Abonē pastā lētāk”, ir attiecīgi zemākas par citos preses izdevumu piegādes tīklos noteikto pamatcenu par 10% un/vai 20%. Piegādes un apstrādes tarifu atšķirības saglabājas tik ilgi, cik ilgi pastāv abonementa cenu atšķirība”,
- 3) LP un preses izdevēju noslēgtie līgumi (pievienoti LP 11.01.2005. vēstulei Nr.8-2/38), kuri noslēgti pirms abonēšanas kampaņas 2005. gadam sākuma, kā arī pie šiem līgumiem noslēgtās papildu vienošanās (pievienotas LP 13.05.2005. vēstulei Nr.01-10.2/28). Šajos līgumos noteikta abonēšanas cena (vispārējā abonēšanas cena) un akcijas „Abonē pastā lētāk” (akcijas abonēšanas) cena. Abu

līgumā noteikto cenu atšķirības ir 10% vai 20% apmērā. Akcijas „Abonē pastā lētāk” abonēšanas cenas noteikšanas gadījumā izdevējs maksā pastam par laikraksta/žurnāla abonēšanas organizēšanu, pieņemšanu un apstrādāšanu (**) (vispārējās abonēšanas cenas noteikšanas gadījumā – (**)) – (līgumu ar republikāniskās preses izdevējiem 35. punkts). Par abonētā laikraksta/žurnāla pārsūtīšanu un piegādi akcijas „Abonē pastā lētāk” abonēšanas cenas noteikšanas gadījumā izdevējs maksā pastam diferencētu cenu, kas atkarīga no piegādes zonas un preses izdevuma apjoma, turklāt pārsūtīšanas un piegādes tarifu atšķirības (10% vai 20% apmērā) saglabājas tik ilgi, cik ilgi pastāv abonementu cenu (10% vai 20% apmērā) atšķirība – līgumu ar republikāniskās preses izdevējiem 37. punkts, līgumu ar reģionālās preses izdevējiem 28. punkts. 4) ACD un preses izdevēju noslēgtie līgumi par preses izdevumu abonēšanas un piegādes organizāciju 2005. gadam (pievienoti a/s „Diena” 31.01.2005. vēstulei Nr.3-23/17).

2. LP 31.01.2006. vēstulē Nr.01-10.2/34 pauž viedokli, ka “LP nekad nav pārbaudījis un nevarētu to nemaz izdarīt, vai tie, kam atlaide ir piemērota, pie citiem izplatītājiem ir noteikuši zemāku cenu”.

Konkurences padome uzskata, ka informācija par preses izdevēju noteiktajām preses izdevumu dažādām abonēšanas cenām ir vispārpieejama informācija (katras preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu kompānijas preses izdevumu katalogi), un tādējādi viegli pārbaudāma.

13. Konkurences likuma pārkāpums LP darbībā

13.1. Ņemot vērā, ka akciju „Abonē pastā lētāk” organizētājs ir tieši LP, tā atrašanās dominējošā stāvoklī dod tam iespēju darboties neatkarīgi no klientiem un konkurentiem, klienti (preses izdevēji) ir atkarīgi no LP un savā rīcībā ir ieinteresēti sekot tam, Konkurences padome, izvērtējot lietas materiālus, secina, ka konkrētā gadījumā nav konstatējamā Konkurences likuma 11.panta pirmās daļas 4. un 7.punkta pārkāpuma pazīmes.

13.2. Konkurences likuma 13. panta ģenerālklausulā noteikts, ka jebkuram tirgus dalībniekam, kas atrodas dominējošā stāvoklī, ir aizliegts jebkādā veidā ļaunprātīgi to izmantot Latvijas teritorijā. Pamatojums LP dominējošam stāvoklim konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū sniegts šī lēmuma 5. daļā, un LP tādējādi ir aizliegts jebkādā veidā ļaunprātīgi izmantot savu dominējošo stāvokli. Dominējošā stāvokļa ļaunprātīga izmantošana var izpausties arī kā tādu noteikumu izvirzīšana, kuri darījuma slēgšanu, grozīšanu vai izbeigšanu ar citu tirgus dalībnieku padara atkarīgu no tā, vai šis tirgus dalībnieks uzņemas papildu saistības, kuras pēc būtības un komerciālā lietojuma neattiecas uz konkrēto darījumu (Konkurences likuma 13. panta 3. punkts).

Izvērtējot lietas materiālus, Konkurences padome konstatē, ka LP darbības atbilst Konkurences likuma 13. panta 3. punktā noteiktā pārkāpuma pazīmēm. LP piedāvājumā noteikt atlaides abonēšanas un piegādes maksai 10% un/vai 20% apmērā pie nosacījuma, ja izdevējs nosaka, ka preses izdevuma abonementa pamatcenas, LP gada sadarbības akcijas ietvaros „Abonē pastā lētāk”, ir attiecīgi zemākas par citos preses izdevumu piegādes tīklos noteikto pamatcenu par 10% un/vai 20%, un piegādes un apstrādes tarifu atšķirības saglabājas tik ilgi, cik ilgi pastāv abonementa cenu atšķirība, ir saskatāmas dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas aizlieguma tiesiskā sastāva pazīmes, kas izpaužas kā tādu noteikumu izvērzišana (atlaides abonēšanas un piegādes pakalpojumu tarifiem), kuri darījuma slēgšanu, grozīšanu vai izbeigšanu ar preses izdevējiem padara atkarīgu no tā, vai šis preses izdevējs uzņemas papildu saistības (noteikt dažādas preses izdevumu cenas dažādos preses izplatīšanas tīklos; piegādes un apstrādes tarifu atšķirības saglabāt tik ilgi, cik ilgi pastāv adekvāta preses izdevēja noteikta preses izdevuma abonementa cenu atšķirība), kuras pēc būtības un komerciālā lietojuma neattiecas uz konkrēto darījumu.

Ņemot vērā minēto, uzskatām, ka LP piedāvājums preses izdevējiem sadarbības akcijas „Abonē pastā lētāk” ietvaros atbilst Konkurences likuma 13. panta 3. punktā noteiktā dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas aizlieguma tiesiskā sastāva pazīmēm un LP darbības 2005. un 2006. gadā konstatējam Konkurences likuma 13. panta 3. punktā noteiktā aizlieguma pārkāpumu, kas izpaudies kā atlaižu piemērošana preses izdevumu abonēšanas un piegādes maksai 10% un/vai 20% apmērā pie nosacījuma 2005. gadā, ja izdevējs nosaka, ka preses izdevuma abonementa pamatcenas, LP gada sadarbības akcijas ietvaros „Abonē pastā lētāk”, ir attiecīgi zemākas par citos preses izdevumu piegādes tīklos noteikto pamatcenu par 10% un/vai 20%, un piegādes un apstrādes tarifu atšķirības saglabājas tik ilgi, cik ilgi pastāv abonementa cenu atšķirība, un 2006. gadā, ka piegādes un apstrādes tarifu atšķirības saglabājas tik ilgi, cik ilgi pastāv adekvāta Preses Izdevēja noteikta Preses izdevuma abonementa cenu atšķirība.

1) Saskaņā ar Konkurences likuma 14. panta pirmo un otro daļu, ja Konkurences padome konstatē tirgus dalībnieku darbības minētā likuma 13. panta pārkāpumu, tā pieņem lēmumu par pārkāpuma konstatēšanu, tiesiskā pienākuma un naudas soda uzlikšanu, un tirgus dalībniekiem naudas sodu var uzlikt līdz 5 (piecu) procentu apmēram no to pēdējā finansu gada neto apgrozījuma katram, bet ne mazāk kā 250 latu katram. Lai noteiktu soda naudas apmēru, Konkurences padome, pamatojoties uz 19.10.2004. Ministru kabineta noteikumiem Nr.862 "Kārtība, kādā nosakāms naudas sods par Konkurences likuma 11. panta pirmajā daļā un 13. pantā minētajiem pārkāpumiem" (turpmāk

- Noteikumi Nr.862), ņēma vērā pārkāpumu smagumu un ilgumu (minēto noteikumu 13. punkts),

2) Noteikumu Nr.862 3. punktā noteikts, ka naudas sodu aprēķina procentos no tirgus dalībnieka pēdējā noslēgtā finansu gada neto apgrozījuma pirms pārkāpuma konstatēšanas dienas. Tā kā minēto dominējošā stāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas pārkāpumu Konkurences padome ar lēmumu konstatē 2006. gada 2. maijā, un LP gada pārskats par 2005. gadu nav pieejams, pārkāpumā iesaistītā tirgus dalībnieka naudas soda apmērs tiek aprēķināts no 2004. gada neto apgrozījuma,

3) Noteikumu Nr.862 15. punktā noteikts, ka "pēc pārkāpuma veida par (...) smagu pārkāpumu uzskata dominējošā stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu (...)" - tādējādi LP pārkāpums, piemērojot atlaides abonēšanas un piegādes maksai 10% un/vai 20% apmērā pie nosacījuma, ja izdevējs nosaka, ka preses izdevuma abonementa pamatcenas, LP gada sadarbības akcijas ietvaros „Abonē pastā lētāk”, ir attiecīgi zemākas par citos preses izdevumu piegādes tīklos noteikto pamatcenu par 10% un/vai 20%, un piegādes un apstrādes tarifu atšķirības saglabājas tik ilgi, cik ilgi pastāv abonementa cenu atšķirība, uzskatāms par smagu pārkāpumu minēto noteikumu izpratnē, un saskaņā ar Noteikumu Nr.862 18.2. punktu naudas sods nosakāms no 0,5% līdz 1,5% no pēdējā finansu gada neto apgrozījuma,

4) Pārkāpuma ilgst vairāk nekā gadu, bet nepārsniedz piecus gadus (pārkāpums ilgst no 2005. gada janvāra un turpinās līdz šī lēmuma pieņemšanas brīdim), un tādējādi, pamatojoties uz Noteikumu Nr.862 19.2. punktu, naudas sods ir līdz 0,5% no pēdējā finansu gada neto apgrozījuma,

5) Ņemot vērā iepriekš minēto un pamatojoties uz Noteikumu Nr.862 17. punktu, kopējo naudas soda apmēru par vienu pārkāpumu aprēķina, summējot saskaņā ar minēto noteikumu 18. un 19. punktu noteiktos naudas sodus,

6) Saskaņā ar Noteikumu Nr.862 21. punktu kopējo naudas soda apmēru var samazināt, ja pastāv vismaz viens no norādītajā punktā uzskaitītajiem atbildību mīkstinošiem apstākļiem (pārkāpums pārtraukts, tiklīdz tirgus dalībnieks saņēmis no padomes informāciju par iespējamo Konkurences likuma 11. panta pirmajā daļā vai 13. pantā minēto pārkāpumu; tirgus dalībnieks brīvprātīgi novērsis pārkāpuma sekas, pirms padome pieņēmusi lēmumu par pārkāpuma konstatēšanu; tirgus dalībnieks pēc savas iniciatīvas sniedzis pilnīgu un patiesu informāciju vai pierādījumus, kuriem bijusi būtiska nozīme Konkurences likuma 11. panta pirmajā daļā vai 13. pantā minēto pārkāpumu konstatēšanā). Konkurences padome, izvērtējot ar konkrēto lietu saistīto informāciju, secina, ka LP darbībā lietas izpētes gaitā nav konstatējami

atbildību mīkstinoši apstākļi, atbilstoši Noteikumu Nr.862 21. punktā norādītajiem,

7) LP gada pārskatā par 2004. gadu norādītais neto apgrozījums ir 26 312 827 latu, neto apgrozījums preses izdevumu abonēšanas un piegādes pakalpojumu sniegšanas tirgū (***) latu. Saskaņā ar Noteikumu Nr.862 24. punktu kopējo naudas soda apmēru var samazināt, ja tirgus dalībnieka pēdējā noslēgtā finansu gada neto apgrozījums pārkāpumā iesaistītajā konkrētajā tirgū ir mazāks par 10% no šī tirgus dalībnieka pēdējā noslēgtā finansu gada neto apgrozījuma. Vadoties no iepriekš minētā, soda naudas apmērs LP nav samazināms, jo tā apgrozījums pārkāpumā iesaistītajā konkrētajā tirgū sastāda (***) no kopējā neto apgrozījuma. Tādējādi naudas sods nosakāms 315 753,92 latu apmērā (vadoties no Noteikumu Nr.862 18.2. un 19.2. punktā noteiktā - 1,0% + 0,2% no neto apgrozījuma 2004. gadā),

8) saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 8. pantā noteikto tiesību normu saprātīgas piemērošanas principu, kurš paredz, ka iestāde, piemērojot tiesību normas, izmanto tiesību normu interpretācijas pamatmetodes, lai sasniegtu taisnīgāko un lietderīgāko rezultātu, un 66. pantā noteiktos lietderības apsvērumus – šajā tiesiskajā situācijā ir nepieciešama administratīvā akta izdošana, kas konstatētu pārkāpumu un uzliktu par to naudas sodu, jo ir izdarīts smags Konkurences likuma pārkāpums un ir nepieciešams uzlikt sodu par tā izdarīšanu, lai sodītu par izdarīto pārkāpumu un atturētu šī lēmuma adresātu un citus tirgus dalībniekus no Konkurences likuma pārkāpuma izdarīšanas. Tomēr privātpersonas tiesību aizskārumam ir jābūt samērīgam ar sabiedrības interešu ieguvumu. Ņemot vērā konkrētās lietas apstākļus, pārkāpuma veidu, to, ka LP apgrozījums 2004. gadā no abonēšanas un piegādes pakalpojumu sniegšanas bija (***) no kopējā neto apgrozījuma, Konkurences padome uzskata, ka labums sabiedriskajām interesēm var tikt sasniegts ar mazāka naudas soda piemērošanu nekā saskaņā ar Noteikumu 17. punktu aprēķināto naudas sodu. Tādējādi, pamatojoties uz Noteikumiem Nr.862, Administratīvā procesa likuma 8. un 66. pantu, Konkurences padome uzskata, ka LP naudas sods nosakāms 33 154,16 latu apmērā.

Ņemot vērā iepriekš minēto un pamatojoties uz Konkurences likuma 8. panta pirmās daļas 3. punktu un 4. punktu, 11. panta pirmās daļas 4. un 7. punktu, 13. panta 3. punktu, 14. panta pirmo un otro daļu, 19.10.2004. Ministru kabineta noteikumu Nr.862 "Kārtība, kādā nosakāms naudas sods par Konkurences likuma 11. panta pirmajā daļā un 13. pantā minētajiem pārkāpumiem" 3., 6., 13., 15., 16., 17., 18., 19., 21. un 24. punktu, Administratīvā procesa likuma 8., 66. pantu, Konkurences padome

n o l ē m a:

1. Izbeigt lietu Nr.1071/05/05/1 daļā par Konkurences likuma 11. panta pirmās daļas 4. un 7. punkta pārkāpumu.
2. Uzlikt VAS „Latvijas pasts” tiesisko pienākumu līdz 01.06.2006. mainīt akcijas „Abonē pastā lētāk” nosacījumus, abonēšanas organizēšanas, pieņemšanas un apstrādāšanas cenu atšķirību piemērošanas kritēriju nosakot atbilstošu konkurences likumdošanai un pieņemtajai praksei.
3. Uzlikt VAS „Latvijas pasts” naudas sodu Ls 33 154,16 (trīsdesmit trīs tūkstoši viens simts piecdesmit četri lati 16 santīmi) apmērā. Uzlikto naudas soda summu 45 dienu laikā no šī lēmuma spēkā stāšanās dienas ieskaitīt Valsts budžetā (Valsts kasē reģ. Nr. 90000050138, konta Nr.LV93TREL1060001010900, kods TREL22).
4. Uzlikt VAS „Latvijas pasts” pienākumu mēneša laikā pēc 2. un 3. punktā minētā termiņa paziņot Konkurences padomei par uzlikto pienākumu izpildi.

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

(**) ierobežotas pieejamības informācija

Priekšsēdētāja

I.Jaunzeme