



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РІШЕННЯ

03 жовтня 2018 р.

Київ

№ 526-р

Про закриття провадження у справі

Розглянувши матеріали справи № 130-26.13/45-18 за ознаками вчинення ПрАТ «ВФ Україна» та ПрАТ «Київстар» порушень, передбачених пунктом 2 статті 50 та пунктом 2 частини другої статті 13 Закону України «Про захист економічної конкуренції» та подання з попередніми висновками від 26.06.2018 № 130-26.13/45-18/229-спр (далі – Подання), Антимонопольний комітет України (далі – Комітет),

ВСТАНОВИВ:

1. ПРЕДМЕТ СПРАВИ

- (1) Розпорядженням державного уповноваженого Антимонопольного комітету України (далі – Комітет) від 25.04.2016 № 09/104-р розпочато розгляд справи № 130-26.13/72-16 за ознаками вчинення ПрАТ «МТС УКРАЇНА» порушення, передбаченого пунктом 2 статті 50 та пунктом 2 частини другої статті 13 Закону України «Про захист економічної конкуренції», у вигляді зловживання монопольним (домінуючим) становищем на загальнодержавному ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку шляхом застосування різних цін до рівнозначних угод із покупцями без об'єктивно виправданих на те причин.
- (2) Розпорядженням державного уповноваженого Комітету від 25.04.2016 № 09/105-р розпочато розгляд справи № 130-26.13/73-16 за ознаками вчинення ПрАТ «Київстар» порушення, передбаченого пунктом 2 статті 50 та пунктом 2 частини другої статті 13 Закону України «Про захист економічної конкуренції», у вигляді зловживання монопольним (домінуючим) становищем на загальнодержавному ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку шляхом застосування різних цін до рівнозначних угод із покупцями без об'єктивно виправданих на те причин.

2. ВІДПОВІДАЧІ

- (3) ПрАТ «Київстар» (вул. Дегтярівська, 53, м. Київ, ідентифікаційний код юридичної особи 21673832) здійснює свою діяльність на підставі Статуту (нова редакція), затвердженого протоколом від 04.11.2016 № 67 позачергових загальних зборів акціонерів ПрАТ «Київстар»; видами діяльності ПрАТ «Київстар» є діяльність у сфері телекомунікацій, зокрема, але не обмежуючись: з надання послуг рухомого (мобільного) телефонного зв'язку, фіксованого місцевого, міжміського, міжнародного телефонного зв'язку.
- (4) Отже, відповідно до абзацу дванадцятого статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» ПрАТ «Київстар» є суб'єктом господарювання.

- (5) ПрАТ «ВФ Україна» (вул. Лейпцизька, 15, м. Київ, ідентифікаційний код юридичної особи 14333937) здійснює свою діяльність на підставі Статуту (нова редакція), затвердженого протоколом від 28.04.2017 № 38 загальних зборів акціонерів ПрАТ «ВФ Україна»; видами діяльності ПрАТ «ВФ Україна» є діяльність у сфері телекомунікацій, зокрема, але не обмежуючись: з надання послуг рухомого (мобільного) телефонного зв'язку, фіксованого місцевого, міжміського, міжнародного телефонного зв'язку.
- (6) Отже, відповідно до абзацу дванадцятого статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» ПрАТ «ВФ Україна» є суб'єктом господарювання.

3. ПРОЦЕДУРНІ ДІЇ

- (7) Підставою для відкриття справи була заява товариства з обмеженою відповідальністю «АСТЕЛІТ» (далі – Заявник, Товариство) стосовно дій ПрАТ «ВФ Україна» та ПрАТ «Київстар» (далі разом – Відповідачі) із урахуванням додаткової інформації, наданої Заявником листом від 30.10.2015 № 4667 (вх. № 8-142/1056-кі від 02.11.2015) (далі – Заява).
- (8) Згідно з інформацією, розміщеною на офіційному сайті Заявника www.lifecell.ua за посиланням: https://www.lifecell.ua/uk/pro_lifecell/kompaniia-sogodni/vazhliva-informatsiia/, 02.02.2016 ТОВ «Астеліт» змінило найменування (назву) на ТОВ «лайфселл».
- (9) Листом від 18.07.2017 № 02/КИ-Б/14 (вх. № 8-01/598-кі від 19.07.2017) ПрАТ «МТС УКРАЇНА» повідомило Комітет, що *[інформація з обмеженим доступом]*.
- (10) Матеріали справ № 130-26.13/72-16 та № 130-26.13/73-16 містять певні особливості, які їх пов'язують:
- (11) у своїй заяві ТОВ «лайфселл» звертається щодо однакових дій ПрАТ «ВФ Україна» та ПрАТ «Київстар» у вигляді застосування різних цін до рівнозначних угод із покупцями без об'єктивно виправданих на те причин;
- (12) у зазначених справах вищенаведені дії здійснюються відповідачами – ПрАТ «ВФ Україна» та ПрАТ «Київстар» на одному товарному ринку, а саме, на ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку;
- (13) ознаки порушень обох відповідачів – ПрАТ «ВФ Україна» та ПрАТ «Київстар» кваліфікуються за аналогічними статтями Закону України «Про захист економічної конкуренції» (пункт 2 статті 50 та пункт 2 частини другої статті 13).
- (14) Враховуючи наведене, розпорядженням державного уповноваженого Комітету від 13 квітня 2018 року № 09/78-р об'єднано справи № 130-26.13/72-16 і 130-26.13/73-16 в одну справу під номером 130-26.13/45-18.
- (15) ТОВ «лайфселл» надало на підтвердження своєї заяви додаткові пояснення, що відображаються листами від 18.01.2017 № 161 (зареєстрований в Комітеті 23.01.2017 за № 8-01/36-кі); від 02.02.2017 № 421 (зареєстрований в Комітеті 08.02.2017 за № 8-01/1160); від 30.03.2017 № 1377 (зареєстрований в Комітеті 04.04.2017 за № 8-01/3144); від 26.10.2017 № 4480 (зареєстрований в Комітеті 31.10.2017 за № 8-01/10670); від 05.04.2018 № 1207 (зареєстрований в Комітеті 11.04.2018 за

№ 8-01/315-кі); від 02.05.2018 № 1609 (zareєстрований в Комітеті 08.05.2018 за № 8-01/5447-кі); від 11.05.2018 № 1738 (zareєстрований в Комітеті 18.05.2018 за № 8-01/5832); від 04.07.2018 № 2333 (zareєстрований в Комітеті 06.07.2018 за № 8-01/7869); від 04.07.2018 № 2331 (zareєстрований в Комітеті 06.07.2018 за № 8-01/7870), які були розглянуті Комітетом.

(16) На подання з попередніми висновками від 26.06.2018 № 130-26.13/45-18/229-спр листом від 01.08.2018 № 2708 (zareєстрований у Комітеті 03.08.2018 за № 8-01/9192) Заявник надав власні заперечення (далі – Заперечення), не погоджуючись з висновками Комітету.

4. ОБСТАВИНИ СПРАВИ

(17) У Заяві міститься висновок щодо товарних (послуги рухомого (мобільного зв'язку) та географічних (територія України, що складається з регіонів (областей) України) меж ринку, визначаються три основні учасники ринку, з яких виокремлюються Відповідачі, які, на думку Заявника, не зазнаючи значної конкуренції, займають монопольне (домінуюче) становище на ринку.

(18) Заявник стверджує, що: «...Відповідачі встановлюють такі ціни, які було б неможливо встановити за умови існування значної конкуренції на ринку у тарифних планах, орієнтованих на мешканців регіонів (областей) із найбільшими частками абонентської бази. Отриманий таким чином додатковий дохід Відповідачі спрямовують для субсидування (покриття витрат) діяльності з надання послуг у інших регіонах (областях), де частки Відповідачів не такі значні, та застосовують різні ціни чи різні інші умови до рівнозначних угод». Заявник вбачає порушення в тому, що: «...Відповідачі шляхом встановлення завищених цін порушують гарантоване державою право Заявника на конкурентне середовище» та просить «надати рекомендації щодо зниження тарифів у тарифних планах, орієнтованих на споживачів у регіонах (областях) із значною абонентською базою... до рівня тарифів у тарифних планах, орієнтованих на споживачів в інших регіонах (областях) із меншою часткою абонентської бази та прийняти рішення про накладання штрафу на Відповідачів».

(19) У листі від 04.07.2018 року № 2331 Заявник вказує на «очікувані від Комітету рішення», зокрема:

визнати Відповідачів такими, що займають монопольне (домінуюче) становище на ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку;

визнати дії Відповідачів такими, що порушують законодавство про захист економічної конкуренції;

прийняти рішення про накладання штрафу на Відповідачів за порушення законодавства про захист економічної конкуренції;

зобов'язати Відповідачів протягом п'яти років із моменту винесення рішення Комітету вести роздільний облік доходів та витрат за кожною окремою послугою, яка надається Відповідачами, відповідно до єдиної погодженої із Комітетом методики, яка буде відображати, в тому числі, доходи та витрати Відповідачів по кожному регіону (області), а також приток та відтік абонентів відповідно, та публікувати щоквартально таку інформацію на офіційних сайтах Відповідачів;

прийняти рішення про припинення Відповідачами порушення законодавства про захист економічної конкуренції, а саме, зобов'язання Відповідачів:

встановлювати однакову вартість дзвінків off-net незалежно від місцезнаходження абонента;

встановлювати однакову вартість періодичної плати у тарифних планах незалежно від місцезнаходження абонента, яка має базуватися на собівартості послуг, які входять у тарифний план;

не встановлювати у тарифних планах диференціацію між вартістю дзвінків на on-net та off-net у розмірі, що перевищує різницю між витратами, які несуть Відповідачі при здійсненні термінації таких дзвінків, зокрема, у розрізі регіонів (областей) України.

відповідно до пункту 14 статті 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» надати рекомендації НКРЗІ щодо усунення однієї із причин виникнення порушень законодавства про захист економічної конкуренції, а саме, «ефекту зв'язаності», шляхом приведення такс за послуги пропуску трафіка до рівня собівартості з урахуванням однакової прибутковості для кожного оператора.

(20) Стаття 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції» передбачає, що суб'єкт господарювання займає монопольне (домінуюче) становище на ринку товару, якщо:

на цьому ринку у нього немає жодного конкурента;

не зазнає значної конкуренції внаслідок обмеженості можливостей доступу інших суб'єктів господарювання щодо закупівлі сировини, матеріалів та збуту товарів, наявності бар'єрів для доступу на ринок інших суб'єктів господарювання, наявності пільг чи інших обставин.

(21) Монопольним (домінуючим) вважається становище суб'єкта господарювання, частка якого на ринку товару перевищує 35 відсотків, якщо він не доведе, що зазнає значної конкуренції.

(22) Монопольним (домінуючим) також може бути визнане становище суб'єкта господарювання, якщо його частка на ринку товару становить 35 або менше відсотків, але він не зазнає значної конкуренції, зокрема, внаслідок порівняно невеликого розміру часток ринку, які належать конкурентам.

(23) Вважається, що кожен із двох чи більше суб'єктів господарювання займає монопольне (домінуюче) становище на ринку товару, якщо стосовно певного виду товару між ними немає конкуренції або є незначна конкуренція і щодо них, разом узятих, виконується одна з умов, передбачених частиною першою статті 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції».

(24) Монопольним (домінуючим) вважається також становище кожного з кількох суб'єктів господарювання, якщо стосовно них виконується така умова:

сукупна частка не більше ніж трьох суб'єктів господарювання, яким на одному ринку належать найбільші частки на ринку, перевищує 50 відсотків.

- (25) Відповідно до вимог Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку, затвердженої розпорядженням Комітету від 05.03.2002 № 49-р, зареєстрованої в Міністерстві юстиції України 01.04.2002 за № 317/6605 (далі – Методика), було проведено дослідження щодо визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку.
- (26) Об'єктами аналізу щодо визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єкта господарювання є:
- ПрАТ «ВФ Україна» та ПрАТ «Київстар» як суб'єкти господарювання;
- Товар, який продається ПрАТ «ВФ Україна» та ПрАТ «Київстар».
- Товаром, щодо якого визначається монопольне (домінуюче) становище, є послуги рухомого (мобільного) зв'язку.
- (27) Відповідно до визначення у статті 1 Закону України «Про телекомунікації» (далі – Закон) рухомий (мобільний) зв'язок – це електрозв'язок із застосуванням радіотехнологій, під час якого кінцеве обладнання хоча б одного із споживачів може вільно переміщатися в межах усіх пунктів закінчення телекомунікаційної мережі, зберігаючи єдиний унікальний ідентифікаційний номер мобільної станції.
- (28) Найбільш важливою характеристикою таких послуг для споживачів є саме їх рухома складова, тобто можливість вільного переміщення кінцевого обладнання споживача. Саме ця особливість принципово відрізняє послуги рухомого (мобільного) зв'язку і робить їх не взаємозамінними з послугами стаціонарного фіксованого телефонного зв'язку, які надаються за допомогою кінцевого обладнання, підключеного у фіксованому місці та не здатного до значного переміщення у просторі.
- (29) Відповідно до частини першої статті 17 Закону органом державного регулювання у сфері телекомунікацій є Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації (далі – НКРЗІ).
- (30) У період 2012-2015 років надання послуг рухомого (мобільного) зв'язку з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку відповідно до статті 42 Закону здійснювалося за умови отримання відповідних ліцензій в НКРЗІ. Оператори телекомунікацій, що надають зазначені послуги, одночасно отримують в НКРЗІ дозволи на користування номерним ресурсом, призначеним для надання таких послуг, а також, відповідно до Закону України «Про радіочастотний ресурс» – ліцензії на користування радіочастотним ресурсом та дозволи на експлуатацію радіоелектронних засобів (далі – РЕЗ).
- (31) Так, згідно із частиною першою статті 42 Закону діяльність у сфері телекомунікацій здійснюється за умови включення до реєстру операторів, провайдерів телекомунікацій, а у визначених законом випадках також за наявності ліцензій та/або дозволів.
- (32) Відповідно до частини сьомої цієї ж статті Закону ліцензуванню підлягає, зокрема, такий вид діяльності у сфері телекомунікацій як надання послуг рухомого (мобільного) телефонного зв'язку з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку.

- (33) Згідно із частиною другою статті 44 Закону ліцензійні умови є нормативно-правовим актом, що містить вичерпний перелік організаційних, кваліфікаційних, технологічних та інших спеціальних вимог, обов'язкових для виконання при здійсненні виду діяльності у сфері телекомунікацій, що підлягає ліцензуванню.
- (34) Відповідно до частини четвертої цієї ж статті Закону НКРЗІ може включати до ліцензій на здійснення діяльності у сфері телекомунікацій для окремих операторів особливі умови.
- (35) Згідно із пунктом 1.4 Ліцензійних умов здійснення діяльності у сфері телекомунікацій з надання послуг рухомого (мобільного) телефонного зв'язку з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку, затверджених рішенням НКРЗІ 26.01.2006 № 179, зареєстрованих в Міністерстві юстиції України 17.02.2006 за № 145/12019 (далі – Ліцензійні умови) суб'єкти господарювання, які надають послуги мобільного телефонного зв'язку, мають право здійснювати свою діяльність лише за наявності ліцензій на здійснення відповідного виду діяльності в сфері телекомунікацій, на користування радіочастотним ресурсом України та відповідних дозволів на експлуатацію РЕЗ або випромінювальних пристроїв (далі – ВП).
- (36) Відповідно до пункту 1.8 Ліцензійних умов ліцензія надає право суб'єкту господарювання надавати послуги мобільного телефонного зв'язку, здійснювати технічне обслуговування та експлуатацію мереж мобільного зв'язку та каналів електрозв'язку на території, визначеній цією Ліцензією.
- (37) ПрАТ «Київстар» володіє ліцензією, виданою 01.04.2015, строком дії на 15 років на надання послуг рухомого (мобільного) телефонного зв'язку з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку на всій території України.
- (38) ПрАТ «Київстар» володіє ліцензією, виданою 26.12.2016, строком дії до 01.04.2030 на надання послуг рухомого (мобільного) телефонного зв'язку з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку на всій території України. Також ліцензіями, виданими 26.12.2016, строком дії до 05.10.2026 з особливими умовами, які дозволяють надавати послуги рухомого (мобільного) телефонного зв'язку з використанням цифрового стільникового радіозв'язку стандартів GSM-900 та GSM-1800 з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку на всій території України.
- (39) Ліцензії ПрАТ «Київстар», видані 05.10.2011 та 01.04.2015, що були чинними у період з 01 січня 2012 року по 30 червня 2015 року, також поширювалися на всю територію України.
- (40) ПрАТ «ВФ Україна» володіє ліцензією, виданою 10.07.2017, строком дії до 04.02.2030 на надання послуг рухомого (мобільного) телефонного зв'язку з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку на всій території України. Також ліцензією, виданою 10.07.2017, строком дії до 27.09.2026 з особливими умовами, які дозволяють надавати послуги рухомого (мобільного) телефонного зв'язку з використанням цифрового стільникового радіозв'язку стандарту CDMA-450 з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування

каналів електрозв'язку, з використанням радіочастот, зазначених у ліцензії № 6060 від 12.07.2010.

- (41) Ліцензія ПрАТ «ВФ Україна» від [інформація з обмеженим доступом], що була чинною у період з 01 січня 2012 року по 30 червня 2015 року, також поширювалася на всю територію України.
- (42) ТОВ «лайфселл» володіє ліцензією, виданою 09.03.2016, строком дії до 19.03.2030 на надання послуг рухомого (мобільного) телефонного зв'язку з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку на всій території України. Також ліцензіями, виданими 09.03.2016, з особливими умовами, які дозволяють надавати послуги рухомого (мобільного) телефонного зв'язку з використанням цифрового стільникового радіозв'язку стандартів GSM-900 (строком дії до 17.11.2020) та GSM-1800 (строком дії до 01.07.2018) з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку згідно з ліцензійними умовами.
- (43) Відповідно до визначення у статті 1 Закону України «Про радіочастотний ресурс України» дозвіл на експлуатацію РЕЗ або ВП – документ, який засвідчує право власника конкретного РЕЗ або ВП на його експлуатацію протягом визначеного терміну в певних умовах.
- (44) Згідно із частиною другою статті 26 цього ж Закону рішення щодо можливості застосування РЕЗ та ВП на території України приймає НКРЗІ на підставі розгляду заяви щодо застосування конкретних типів РЕЗ та ВП. Форма заяви встановлюється НКРЗІ.
- (45) Порядок прийняття рішень щодо визначення можливості застосування РЕЗ або ВП на території України, про внесення нових типів (моделей, марок) РЕЗ або ВП до реєстру РЕЗ та ВП, що можуть застосовуватися на території України в смугах радіочастот загального користування та змін до нього, визначений Положенням про порядок і форму ведення реєстру радіоелектронних засобів та випромінювальних пристроїв, що можуть застосовуватися на території України в смугах радіочастот загального користування, затвердженим рішенням НКРЗ 03.11.2005 № 117 (у редакції рішення НКРЗ від 10.11.2011 № 637), зареєстрованим в Міністерстві юстиції України 28.12.2005 за № 1574/11854.
- (46) Внесення до реєстру РЕЗ та ВП, що можуть застосовуватися на території України у смугах радіочастот спеціального користування, типів РЕЗ та ВП є однією з підстав відповідно до частини дванадцятої статті 26 Закону України «Про радіочастотний ресурс України» для присвоєння радіочастот, надання висновків щодо електромагнітної сумісності, дозволів на експлуатацію, а також дозволів на ввезення з-за кордону РЕЗ та ВП спеціального призначення.
- (47) Згідно із Законом України «Про радіочастотний ресурс України» радіочастотний ресурс – частина радіочастотного спектра, придатна для передавання та/або приймання електромагнітної енергії РЕЗ, і яку можливо використовувати на території України та за її межами відповідно до законів України та міжнародного права, а також на виділених для України частотно-орбітальних позиціях.
- (48) Відповідно до пункту 1 частини другої статті 30 цього ж Закону користування радіочастотним ресурсом України здійснюється на підставі ліцензій на користування

радіочастотним ресурсом України та дозволів на експлуатацію – суб'єктами господарювання, які користуються радіочастотним ресурсом України для надання телекомунікаційних послуг.

- (49) Згідно із частиною третьою цієї ж статті цього ж Закону у разі, якщо заявлена потреба в радіочастотному ресурсі України перевищує його фактичну наявність, то смуги, номінали радіочастот надаються в користування виключно на конкурсних або тендерних засадах відповідно до вимог Закону.
- (50) Відповідно до статті 31 цього ж Закону ліцензії на користування радіочастотним ресурсом України видаються НКРЗІ суб'єктам господарювання, які користуються радіочастотним ресурсом України для надання телекомунікаційних послуг. Оператор телекомунікацій, який має відповідну ліцензію на користування радіочастотним ресурсом, може в порядку, передбаченому законодавством, претендувати на отримання ліцензій на додаткові смуги радіочастот. Строк дії ліцензії на користування радіочастотним ресурсом України встановлюється НКРЗІ, але не може бути меншим п'яти років. У разі, якщо на день видачі ліцензії Планом використання радіочастотного ресурсу України встановлений строк припинення розвитку та використання відповідної радіотехнології менше п'яти років, то строк дії ліцензії не може бути більшим за строк, зазначений у Плані використання радіочастотного ресурсу України.
- (51) Згідно із Законом України «Про телекомунікації» номерний ресурс – сукупність цифрових знаків, що використовуються для позначення (ідентифікації) мереж, послуг, пунктів закінчення мережі в телекомунікаційних мережах загального користування.
- (52) Відповідно до статей 69, 70 цього ж Закону номерний ресурс є технічно обмеженим ресурсом. Розробку та реалізацію технічної політики у формуванні номерного ресурсу здійснює Центральний орган виконавчої влади в галузі зв'язку. Розподіл, присвоєння та облік номерного ресурсу, видачу і скасування дозволів на його використання, державний нагляд за використанням номерного ресурсу здійснюються НКРЗІ. Номерний ресурс надається оператору телекомунікацій НКРЗІ на підставі дозволу на термін дії відповідної ліцензії, а якщо вид діяльності не ліцензується – на строк не менше п'яти років, для використання без права передачі іншим особам, крім випадків, визначених Законом України «Про телекомунікації», та випадків вторинного розподілу, відповідно до законодавства.
- (53) Згідно з абзацом шостим пункту 1.4 Положення про державне регулювання номерного ресурсу телекомунікаційної мережі загального користування України, затвердженого рішенням НКРЗ 01.06.2007 № 769, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 20.06.2007 за № 679/13946 (далі – Положення) дозвіл на використання номерного ресурсу – документ, оформлений на бланку з використанням елементів захисту його від підробки, виданий НКРЗІ, що засвідчує право оператора використовувати виділений рішенням НКРЗІ номерний ресурс за призначенням у визначеній телекомунікаційній мережі та/або території.
- (54) Відповідно до пункту 3.2 Положення номерний ресурс виділяється оператору в межах Національного плану нумерації на умовах первинного розподілу. Право користування номерним ресурсом надається на термін дії ліцензії на провадження відповідного виду господарської діяльності у сфері телекомунікацій без права передачі його іншим особам, крім випадків вторинного розподілу номерного ресурсу відповідно до законодавства.

- (55) Згідно із Законом України «Про телекомунікації» Національний план нумерації – нормативно-правовий акт, який визначає структуру, регламентує розподіл та умови використання номерного ресурсу в телекомунікаційних мережах.
- (56) За інформацією НКРЗІ, ліцензії з надання послуг рухомого (мобільного) зв'язку на всій території України мають такі суб'єкти господарювання: ПрАТ «Київстар», ПрАТ «ВФ Україна», ТОВ «лайфселл», ТОВ «Інтернаціональні телекомунікації», ТОВ «ТриМоб», ПрАТ «Телесистеми України».
- (57) Оператори пропонують наступні види послуг рухомого (мобільного) зв'язку:
- (58) *послуги з передавання та приймання інформації голосом (голосова телефонія);*
- (59) *послуги з відправки та отримання SMS-повідомлень, послуги з відправки та отримання MMS-повідомлень;*
- (60) *послуги доступу до мережі Інтернет;*
- (61) *інші послуги.*
- (62) Відповідно до пунктів 3, 39 та 58 Правил надання та отримання телекомунікаційних послуг, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 11.04.2012 № 295, оператори мають право пропонувати споживачам свої послуги, як окремо, так і у межах тарифних планів – сукупності пропозицій, запропонованих оператором споживачеві, щодо вартості, умов та обсягу надання певних послуг. Тарифи в межах таких тарифних планів встановлюються оператором самостійно. Оператор, провайдер встановлює та пропонує на вибір споживача тарифи на окремі послуги та/або тарифні плани на визначений ним перелік (пакет) послуг, а також строк їх дії (граничний та/або мінімальний). У межах різних тарифних планів залежно від переліку (пакету) та обсягу послуг можуть встановлюватися різні тарифи на однакові послуги. У разі, коли оператор, провайдер пропонує споживачам послуги з різними класами якості, на такі послуги встановлюються тарифи з урахуванням таких класів якості.
- (63) Отже, оператори активно формують та пропонують споживачам певний набір послуг (Тарифний план), що включає різні види послуг та/або пакети послуг, а також різні способи їх оплати. У більшості випадків Тарифні плани включають у себе різні пакети послуг голосової телефонії, повідомлень (SMS та MMS), а також певний обсяг послуг доступу до мережі Інтернет, інші послуги/пакети послуг.
- (64) Послуги, які пропонуються операторами у складі Тарифних планів, є взаємодоповнюючими, і у переважної більшості покупців існує попит саме на пакети таких послуг.
- (65) Різноманітність тарифних планів свідчить про широку диференціацію товару з боку операторів. Тарифні плани можуть мати різну структуру та наповнення, відносини між операторами та абонентами можуть будуватися з укладанням письмового договору чи на умовах передплати, оператори можуть пропонувати різні умови для внутрішньомережевих та міжмережевих комунікацій та створювати спеціальні цінові пропозиції.
- (66) Послуги OTT-сервісів (таких, як: Skype, Viber, WhatsApp тощо), які за своїм змістом бувають схожі на послуги рухомого (мобільного) зв'язку, не входять до товарного ринку, що досліджується, оскільки:

- (67) у період часу, визначений у Заяві, відповідні сервіси не мали значної популярності та розповсюдження серед споживачів послуг рухомого (мобільного) зв'язку;
- (68) для користування OTT-сервісами необхідним є підключення до мережі Інтернет, в той час як послуги, наприклад, голосової телефонії чи SMS-повідомлень не потребують такого обов'язкового підключення та надаються засобами існуючої телекомунікаційної мережі за умови наявності покриття. Наявність доступу до мережі Інтернет в Україні впродовж 2012 – першого півріччя 2015 років із мобільних пристроїв була значно обмеженою порівняно з доступом до послуг мобільної мережі. Крім того, мережі голосового мобільного зв'язку та SMS гарантують з'єднання з кінця в кінець незалежно від того, в якій мережі знаходяться абоненти. Отже, впродовж зазначеного періоду експлуатаційні характеристики та якість послуг голосового мобільного зв'язку/SMS та OTT-сервісів значно відрізняється між собою;
- (69) для користування OTT-сервісами абонент повинен мати смартфон або інше подібне кінцеве обладнання з повнофункціональною операційною системою, що дозволяє використання прикладних програм OTT-сервісів. Втім, для користування послугами голосового мобільного зв'язку та SMS споживачу достатньо мати звичайний мобільний телефон. Смартфон та звичайний мобільний телефон значно відрізняються між собою як за ціною, так і за функціональними можливостями;
- (70) обсяг додаткових сервісів у телекомунікаційних послугах також відрізняється. Наприклад, безоплатні OTT-сервіси обмежені у забезпеченні з'єднання з екстреними службами і, як правило, мають обмежену сервісну підтримку;
- (71) крім того, найбільш популярний сегмент OTT-сервісів в Україні не передбачає грошової оплати за користування ними. Водночас, користування голосовим мобільним зв'язком та SMS протягом досліджуваного періоду було платним. Отже, впродовж 2012 – першого півріччя 2015 років між послугами мобільного зв'язку/ SMS та OTT-сервісами була суттєва різниця в ціні;
- (72) Отже, умови користування послугами голосового мобільного зв'язку/SMS та OTT-сервісів значно відрізняються.
- (73) Таким чином, OTT-сервіси не можуть вважатися взаємозамінними з традиційними телекомунікаційними послугами (голосовим мобільним зв'язком та SMS), оскільки не мають ознак одного (подібного, аналогічного) товару (товарної групи), а, найголовніше, у період дослідження OTT-сервіси безпосередньо не продавалися споживачам і не створювали товарного ринку, знаходячись у вільному доступі та потребуючи від споживача лише оплати Інтернет трафіка.
- (74) Незважаючи на різні радіотехнології (стандарти) для надання послуг рухомого (мобільного) зв'язку (GSM, CDMA, UMTS), послуги, які надаються з застосуванням таких технологій, принципово не відрізняються для споживача з точки зору їх функціонального призначення. За інформацією НКРЗІ (лист від 31.12.2015 № 02-8157/112), є взаємозамінними найбільш поширені послуги голосової телефонії та послуги з передачі даних, але існують відмінності лише певних додаткових (супутніх) послуг (наприклад, передачі MMS-повідомлень), що можуть надаватися із застосуванням лише деяких радіотехнологій, проте частка таких послуг у загальному обсязі є незначною.
- (75) Зважаючи на низьку частку (менше 0,1 %) використання радіотехнології CDMA в загальному ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку у період з 01 січня 2012 по

30 червня 2015 року (зокрема, згідно з листом від 27.09.2018 № 02/КИ-Б/46 у ПрАТ «ВФ Україна» цей діапазон частот використовувався виключно для надання певних видів послуг передачі даних та станом на сьогодні відповідний ресурс повернуто НКРЗІ, ліцензію анульовано, а згідно з листом ПрАТ «Київстар» від 25.09.2018 № 676/01 ПрАТ «Київстар» [інформація з обмеженим доступом], та відсутність впровадження UMTS в цей період – відсутня потреба досліджувати структуру надання послуг рухомого (мобільного) зв'язку за різними радіотехнологіями.

- (76) Що стосується заміності послуг, враховуючи попит, встановлено, що абоненти мають можливість легко, без додаткових бар'єрів та обмежень, переходити на інші Тарифні плани свого оператора, не втрачаючи при цьому свого телефонного номеру. Також абоненти мають можливість підключатися до Тарифних планів, які пропонуються іншими операторами, і користуватися одночасно декількома телефонними номерами.
- (77) Практика Європейської комісії свідчить про визначення єдиного ринку надання мобільних телекомунікаційних послуг кінцевим споживачам без його подальшої сегментації. Єврокомісія зазначає про можливий поділ телекомунікаційних послуг за типом споживачів (корпоративні та приватні, передплачені та контрактні) або за типом мережевої технології (2G/GSM та 3G/UMTS мережі), проте не розглядає поділ ринку окремо за послугами. Зокрема, у рішенні по справі T-MOBILE/ORANGE Єврокомісія, дослідивши відповідний ринок, дійшла висновку, що стосовно типу споживачів, хоча корпоративні клієнти більш активно користуються послугами, ніж приватні клієнти, послуга, що надається обом типам споживачів є однаковою, а різниця між передплаченими та контрактними абонентами поступово стирається у зв'язку з розвитком різних типів пропозицій. Щодо мережевої технології Єврокомісія робить висновок, що існує один ринок надання мобільних телекомунікаційних послуг кінцевим споживачам, оскільки вони можуть надаватися як в 2G, так і в 3G мережі¹. Зазначений підхід щодо визначення ринку телекомунікаційних послуг був також застосований в інших рішеннях Єврокомісії. Таким чином, європейський підхід свідчить, що відповідний ринок визначається як *надання мобільних телекомунікаційних послуг кінцевим споживачам без його подальшої сегментації*².
- (78) Європейська комісія притримується того ж підходу до визначення ринку і в своїх нещодавніх рішеннях. HUTCHISON 3G Italy/Wind/JV Європейська комісія зазначає, що в Італії голосові послуги, SMS/MMS та послуги передачі даних часто надаються разом у рамках мобільної підписки. Таким чином, Єврокомісія робить висновок, що сегментування ринку між голосом, SMS та послугою передачі даних не є доречним, оскільки всі ці послуги зазвичай надаються споживачеві разом. Єврокомісія також не сегментує ринок за іншими критеріями та робить висновок, що ринок має визначатися як загальний товарний ринок *надання мобільних телекомунікаційних послуг кінцевим споживачам*³.

¹ Рішення Європейської комісії від 01.03.2010 у Справі No COMP/M.5650 - T-MOBILE/ORANGE.

² Рішення Європейської комісії від 16.09.2003 у Справі No COMP/M.3245 Vodafone/Singlepoint; Рішення Європейської комісії від 24.09.2004 у Справі COMP/M.3530 - TeliaSonera/ORANGE; Рішення Європейської комісії від 26.04.2006 у Справі COMP/M.3916 - T-MOBILE Austria/Tele.ring; Рішення Європейської комісії від 07.11.2007 у Справі COMP/M.4947 - Vodafone/Tele2 Italy/ Tele2 Spain.

³ Рішення Європейської комісії від 01.09.2016 у Справі No COMP/M.7758 - HUTCHISON 3G Italy/Wind/JV, параграф 162.

- (79) Таким чином, товарними межами ринку, на якому здійснюють діяльність Відповідачі, визначено послуги рухомого (мобільного) зв'язку у складі тарифних планів.**
- (80) Згідно із пунктом 6.1 Методики територіальні (географічні) межі ринку визначаються шляхом встановлення мінімальної території, за межами якої, з точки зору споживача, придбання взаємозамінних товарів є неможливим або недоцільним.
- (81) Пунктом 6.1 Методики встановлено, що при визначенні територіальних (географічних) меж ринку, зокрема, можуть враховуватися критерії з наданого переліку, що свідчить про їх невичерпність та повну дискреційність Комітету у їх застосуванні.
- (82) Щодо послуг рухомого (мобільного) зв'язку на всій території України виконуються наступні основні вимоги:
- (83) вільне переміщення попиту та пропозиції;
- (84) збереження при переміщенні технічних характеристик послуг рухомого (мобільного) зв'язку, функціонального призначення, рівня якості та обслуговування;
- (85) відсутність для споживача значних додаткових витрат при переміщенні попиту чи пропозиції.
- (86) Специфічними факторами, які визначають загальнодержавні межі ринку, є:
- (87) загальнодержавні ліцензії вже отримані усіма операторами, що присутні на ринку, та пов'язаний їх з цим обов'язок виконувати Ліцензійні умови, затверджені НКРЗІ на рівні нормативних актів, обов'язкових на всій території України;
- (88) номерний та радіочастотний ресурси, що отримані на підставі вказаних вище ліцензій та задіяні на всій території України з метою надання послуг.
- (89) Так, зокрема, пунктами 4.1.2, 4.1.5, 4.1.10 Ліцензійних умов користування радіочастотним ресурсом України, затверджених рішенням НКРЗІ від 19.08.2005 № 53, зареєстрованих у Мін'юсті України 20.10.2005 за № 1237/11517, передбачено зобов'язання Ліцензіатів за єдиними правилами на всій території України здійснювати встановлення, монтаж радіоелектронних засобів, експлуатацію радіоелектронних засобів та користування радіочастотним ресурсом, що свідчить про єдність технологічних зв'язків на всій території України.
- (90) Також на всій території України, згідно з даними Відповідачів, операторами забезпечено сталий рівень абонентського обслуговування, що підтверджується кількістю точок обслуговування абонентів (у ПрАТ «ВФ Україна» – 445, у ПрАТ «Київстар» – [інформація з обмеженим доступом]), які пропорційно розміщені по всій території України, координацією їх роботи з головного офісу кожного мобільного оператора і єдиними принципами та підходами у роботі.
- (91) Кожен із Відповідачів, а також Заявник, мають покриття базовими станціями всієї території України.
- (92) Географічними межами ринку, на якому здійснюють діяльність Відповідачі, визначено територію України.**

(93) Зважаючи на сталу структуру ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку в цілому і, зокрема, стабільність позицій Відповідачів, **часовими межами ринку, згідно з заявою Товариства, визначено період дослідження з 01 січня 2012 року по 30 червня 2015 року.**

(94) Оскільки послуги рухомого (мобільного) зв'язку є неоднорідним та значною мірою диференційованим товаром, то розрахунок загального обсягу ринку та часток операторів здійснюється за отриманими від них даними, виходячи з обсягів продажу послуг рухомого (мобільного) зв'язку у вартісному вимірі (млн. грн) за період з 01 січня 2012 року по 30 червня 2015 року:

Назва суб'єкта господарювання	Обсяг продажу 2012 рік	Частка на ринку, %	Обсяг продажу 2013 рік	Частка на ринку, %	Обсяг продажу 2014 рік	Частка на ринку, %	Обсяг продажу 2015 рік (1 півріччя)	Частка на ринку, %
ПрАТ «Київстар»	<i>[інформація з обмеженим доступом]</i>							
ПрАТ «ВФ Україна»	<i>[інформація з обмеженим доступом]</i>							
ТОВ «лайфселл»	<i>[інформація з обмеженим доступом]</i>							
ТОВ «ТриМоб»	319,90	1,04	253,50	0,81	227,80	0,72	104,60	0,64
ПрАТ «Телесистеми України»	149,95	0,49	123,36	0,40	129,03	0,41	34,43	0,21
ТОВ «Інтернаціональні телекомунікації»	1,98	0,01	1,98	0,01	1,96	0,01	1,20	0,01
Всього	<i>[інформація з обмеженим доступом]</i>	100,00	<i>[інформація з обмеженим доступом]</i>	100,00	<i>[інформація з обмеженим доступом]</i>	100,00	<i>[інформація з обмеженим доступом]</i>	100,00

(95) Розрахунок свідчить про те, що частки ПрАТ «Київстар» та ПрАТ «ВФ Україна» перевищують 35 %, проте одноосібне монопольне (домінуюче) становище ПрАТ «Київстар» та ПрАТ «ВФ Україна» не визначається, оскільки на ринку діє, як мінімум, один конкурент із близькою за розміром часткою на ринку, здатний суттєво обмежувати дії ПрАТ «Київстар» та ПрАТ «ВФ Україна» на ринку.

(96) Індекс Герфіндаля – Гіршмана, розрахований як сума квадратів часток всіх учасників ринку в середньому за період дослідження, дорівнює *[інформація з обмеженим доступом]*, що свідчить про високий рівень концентрації ринку.

(97) Сукупна частка Відповідачів станом на кінець I півріччя 2015 року складає не менше ніж 84 %, а разом із Заявником складає не менше ніж *[інформація з обмеженим доступом]*, частка ж найближчого за обсягом продажу учасника ринку складає не більше ніж 1 %.

(98) Окрім переваги часток Відповідачів та Заявника над іншими учасниками ринку, Відповідачі та Заявник вирізняються від інших та є порівнюваними між собою за технічними можливостями, фінансовою потужністю, проникненням на ринок та власним позиціонуванням у якості лідерів ринку.

(99) Наведене вище свідчить про наявність структурних ознак монопольного (домінуючого) становища Відповідачів на ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку.

(100) У Заяві Заявник стверджує, що між Відповідачами немає конкуренції і вони (разом узяті) не зазнають значної конкуренції.

(101) Відповідно до Методики було здійснено аналіз фактичного стану конкуренції на ринку, впливу потенційної конкуренції та встановлення того, чи мали Відповідачі

конкурентів, та чи зазнавали кожен із Відповідачів та Відповідачі разом узяті значної конкуренції.

(102) Загальними характеристиками загальнодержавного ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку впродовж 2012-2015 років були:

(103) 1) Інтенсивний розвиток та впровадження інноваційних технологій.

(104) ПрАТ «Київстар» у період з 2012 по 2015 роки впроваджено на своїй мережі наступні технологічні новації:

впровадження AMR WB кодека для покращення якості передачі голосу;

впровадження A over IP, Abis over IP, що дало змогу збільшити ефективність мережі передачі даних та покращити якість мобільної передачі даних;

впроваджено послугу мобільної передачі даних у київському метрополітені;

впровадження Interference Reject Combining – технологічного рішення, яке забезпечило збільшення пропускної спроможності радіомережі і, як наслідок, підвищило коефіцієнт доступності мережі та її якості.

(105) ПрАТ «ВФ Україна» у період з 2012 по 2015 роки впроваджено на своїй мережі наступні технологічні новації:

помічник «Мій МТС» керування номером та послугами Online, можливість контролювати видатки;

інноваційні маршрути у містах України (Полтава, Чернівці, Херсон, Черкаси тощо) у рамках концепції Ukraine4all. Сучасні інформаційні технології для туристичної інфраструктури міст. Швидкісний мобільний Інтернет дозволяє оперативно отримувати всю необхідну інформацію – мапу міста, опис пам'яток, фото і відео контент – у будь-який зручний час.

(106) 2) Збільшення споживання послуг та доступність послуг для споживачів.

(107) Згідно з даними НКРЗІ, індекс пенетрації послуг рухомого (мобільного) зв'язку зростав у період з 2012 по 2015, зокрема, протягом визначених Комітетом часових меж дослідження рівень проникнення рухомого (мобільного) зв'язку в Україні складав відповідно 130,3 %, 137,3 %, 142,4 % та 141,9 % від усієї чисельності населення України.

(108) Згідно з даними, наданими у листах від 27.09.2018 № 02/КИ-Б/46 та від 27.09.2018 № 684/01, середня вартість стартових пакетів у період з 2012 по 2015 роки у ПрАТ «Київстар» становила [інформація з обмеженим доступом], а у ПрАТ «ВФ Україна» – 15 грн.

(109) 3) Збільшення капіталовкладень кожним із Відповідачів, включаючи Заявника, в тому числі збільшення витрат на маркетинг.

(110) Витрати ПрАТ «Київстар» на маркетинг:

	Період		
	2013	2014	2015
Загальні доходи, грн	13 091 150	12 986 795	14 925 358
Річний прибуток, грн	3 854 635	2 168 375	2 572 679
Річні витрати, %	204 159 081 (1,56 % від доходу) (5,30 % від прибутку)	269 286 777 (2,07 % від доходу) (12,42 % від прибутку)	293 813 749 (1,97 % від доходу) (11,42 % від прибутку)

(111) Витрати ПрАТ «ВФ Україна» на маркетинг:

[Інформація з обмеженим доступом].

(112) 4) Застосування операторами диференційованих тарифних планів та спеціальних умов для абонентів.

(113) Наявність спеціальних пропозицій у регіонах, де один із Відповідачів має меншу абонентську базу поруч із наявністю у цих же регіонах стандартних тарифних планів, жодним чином не може свідчити про наявність бар'єрів, а є навпаки проявом конкуренції і боротьби за абонентів.

(114) Зокрема, про це свідчать дані, надані Відповідачами.

ПрАТ «Київстар» у листі від 25.09.2018 № 676/01 зазначило наступне:

[Інформація з обмеженим доступом].

ПрАТ «ВФ Україна» у листі від 27.09.2018 № 02/КИ-Б/46 зазначило наступне: «Зразок тарифного файлу «Тарифи ПрАТ «МТС Україна» (ПрП_5_271213) на послуги продукту МТС Передплата стільникової радіотелефонної мережі GSM-900/1800 (набули чинності 27.12.2013), яким визначалися загальнонаціональні тарифні плани та їх спеціальні умови. Наприклад, тарифний клас «Смартфон» передбачає базові умови тарифу (п. 1.1) та спеціальні умови тарифу (пп. 1.17 – 1.20). За аналогією – інші тарифні класи передбачені вказаним тарифним файлом. Тарифними файлами не встановлено жодних обмежень для споживачів щодо заміни відповідних тарифів на інші в межах тарифної сітки нашого товариства».

(115) Наявний у матеріалах справи аналіз даних ARPU (середній дохід на абонента) свідчить про те, що в Україні один із найдешевших рухомих (мобільних) зв'язків у світі.

(116) Україна у кінці списку з одним із найнижчих ARPU, займаючи 160 місце зі 161 за глобальним рейтингом GSMA:

Глобальний ARPU рейтинг з/без урахування PPP (паритету купівельної спроможності), IV квартал 2012 року, топ 10 та найнижчі 10

	№	№ (скоригований на PPP)	Країна	ARPU в дол. США Q4 2012	ARPU в дол. США, скоригований на PPP Q4 2012
TOP-10	1	2	Bahamas	71.0	73.7
	2	9	United States of America	48.6	48.6
	3	1	Bahrain	46.6	82.5
	4	16	Canada	45.3	36.4
	5	24	Switzerland	44.0	29.0
	6	18	Luxembourg	41.4	35.0
	7	21	Japan	40.0	31.0
	8	4	Qatar	38.5	55.4
	9	3	Lebanon	37.4	64.2
	10	19	Ireland	34.7	32.2
BOTTOM-10	152	152	Indonesia	2.2	5.7
	153	157	Iran	2.2	4.7
	154	145	India	2.1	7.2
	155	156	Rwanda	2.1	4.7
	156	149	Bangladesh	2.0	6.5
	157	146	Pakistan	1.9	7.2
	158	151	Nepal	1.8	5.9
	159	158	Ethiopia	1.5	4.4
	160	159	Ukraine	1.4	3.2
	161	155	Malawi	1.4	5.1

Глобальний ARPU рейтинг з/без урахування PPP (паритету купівельної спроможності), IV квартал 2012 року по вибірковим країнам

	№	№ (скоригований на PPP)	Країна	ARPU в дол. США Q4 2012	ARPU в дол. США, скоригований на PPP Q4 2012
SELECTED	13	8	United Arab Emirates	34.6	50.0
	15	22	France	33.0	30.3
	20	30	Netherlands	28.3	26.3
	22	43	United Kingdom	26.0	23.2
	29	28	Spain	23.9	26.5
	40	69	Italy	18.4	18.5
	44	85	Germany	16.7	16.6
	76	77	China	10.0	17.7
	78	81	Poland	9.8	16.9
	98	72	Algeria	7.4	18.2
	103	101	Armenia	6.4	13.5
	105	139	Brazil	6.3	8.3

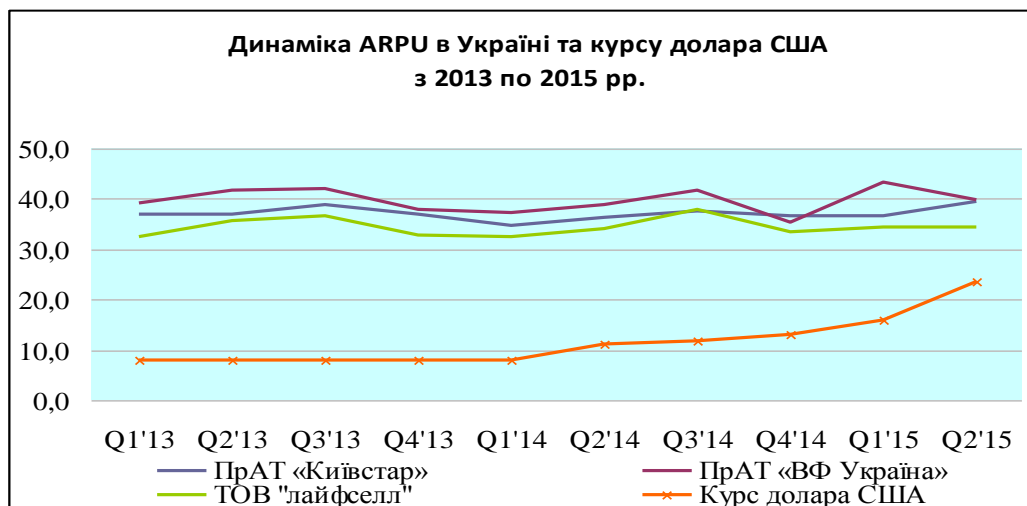
110	67	Laos	6.0	18.7
121	134	Turkey	5.0	8.6
124	135	Georgia	4.4	8.6
130	114	Uzbekistan	4.2	12.2
135	131	Kyrgyzstan	3.8	9.4
138	150	Kazakhstan	3.5	6.4
141	140	Tajikistan	3.3	8.3

Джерело: GSMA – на основі доступних даних щодо 161 країн (останні зведені дані серед країн з населенням $\geq 1m$).

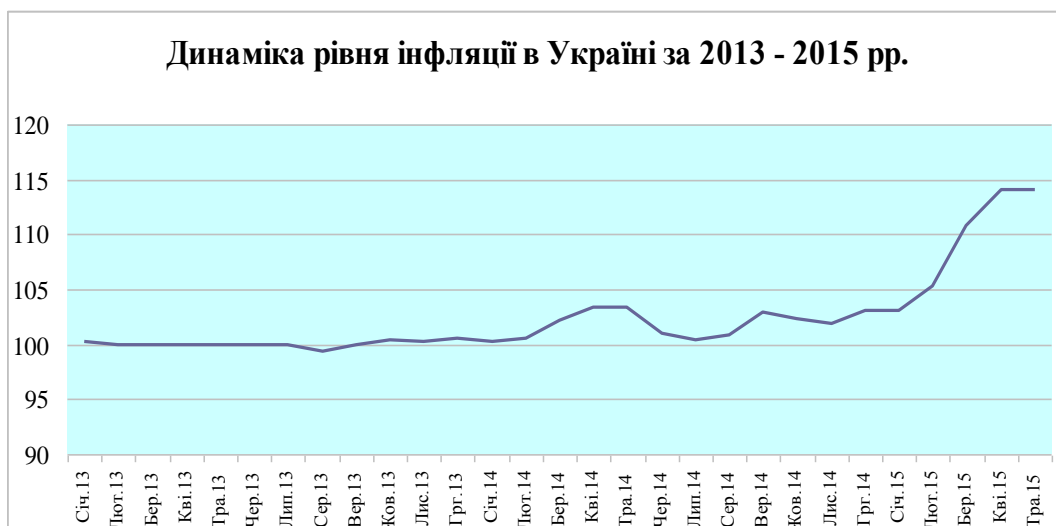
Режим доступу: https://www.gsmaintelligence.com/session/login/?return_url=%2Fmarkets%2Ffranking%2F%3Freport%3D557abd559e2f7

(117) Окрім того, співвідношення рівня інфляції та ARPU свідчить про відчутний конкурентний тиск, який чинять оператори мобільного зв'язку один на одного.

(118) Зокрема, згідно з даними, наданими ПрАТ «Київстар», прослідковуються наступні тенденції:



(119)



(120) 5) Міграція суттєвої частини абонентів між операторами, про що свідчать нижченаведені дані:

Зокрема, згідно з інформацією, наданою Відповідачами у листах від 27.09.2018 № 02/КИ-Б/46 та від 25.09.2018 № 676/01

ПрАТ «Київстар»:

[Інформація з обмеженим доступом].

ПрАТ «ВФ Україна»:

Період	2012	2013	2014	2015
Індекс відтоку (%)	28,0	28,9	27,7	24,6

(121) 6) Наявність кількох SIM-карт у кінцевому обладнанні абонентів.

Зокрема, про це свідчить ступінь пенетрації рухомого (мобільного) зв'язку.



Джерело: річний звіт НКРЗІ за 2013 рік.

(122) НКРЗІ у своїх звітах за 2013, 2014 та 2015 роки неодноразово зазначала, що: «*ринок рухомого (мобільного) зв'язку – один з сегментів галузі, що найбільш інтенсивно розвивається*»⁴.

(123) Зокрема, НКРЗІ вказує, що «*...стрімкими темпами зростає кількість телефонів, які працюють під управлінням операційних систем (смартфонів). Частка власників смартфонів та комутаторів, що були зареєстровані в телекомунікаційних мережах операторів рухомого (мобільного) зв'язку протягом року, зросла приблизно на 35 – 40 % та перевищила 6 млн. од. Це, в свою чергу, створило умови для зростання попиту населення на послуги з використанням високошвидкісних широкосмугових технологій радіодоступу таких як CDMA та UMTS, та, як наслідок, до значного збільшення обсягів мобільного Інтернет-трафіку*»⁵. «*Наразі, послуги рухомого (мобільного) зв'язку, у тому числі широкосмугового доступу до Інтернету перейшли у розряд найбільш доступних для споживачів послуг*»⁶.

(124) НКРЗІ далі зазначає, що: «*Одночасна видача НКРЗІ ліцензій на користування радіочастотним ресурсом України для впровадження радіотехнологій «Цифровий стільниковий радіозв'язок IMT-2000 (UMTS) ПрАТ «Київстар», ПрАТ «МТС УКРАЇНА» та ТОВ «Астеліт» створила сприятливі умови для стрімкого впровадження в Україні мереж рухомого (мобільного) зв'язку третього покоління*

⁴ Звіт про роботу НКРЗІ за 2014 рік (с. 10). Аналогічні твердження зазначені у звітах НКРЗІ за 2013 та 2015 роки.

⁵ Звіт про роботу НКРЗІ за 2014 рік (с. 11).

⁶ Звіт про роботу НКРЗІ за 2015 рік (с. 11).

(3G) та поєднання конкуренції на ринку, вплинула на збільшення обсягів та доступності сучасних інформаційно- телекомунікаційних послуг та сервісів. За 2015 рік територія покриття мережами 3G збільшилась приблизно у 5 разів та дорівнює території таких країн, як Австрія, Швейцарія та Бельгія разом взятих»⁷.

(125) 7) Відсутність скарг від абонентів до Комітету щодо спеціальних пропозицій до тарифних планів.

(126) Звернення, скарги громадян, які надходили до Комітету за період 2012 – I півріччя 2015 років стосувалися переважно нарахування щоденної абонентської плати, переведення з одного тарифного плану на інший, збільшення плати за з'єднання, за відправлення SMS-повідомлень, а не регіональних пропозицій.

(127) Водночас листом від 27.09.2018 № 02/КИ-Б/46 ПрАТ «ВФ Україна» повідомило, що «...у період розгляду справи та навіть станом на сьогодні не отримувало жодної скарги від споживачів, пов'язаних з встановленням спеціальних умов чи акцій для окремих регіонів чи населених пунктів. Також не надходило жодних вимог щодо скасування чи перегляду таких умов, або ускладнень при користуванні телекомунікаційними послугами на таких спеціальних умовах».

(128) Листом від 27.09.2018 № 684/01 ПрАТ «Київстар» повідомило, що *[інформація з обмеженим доступом]*.

(129) Зазначені вище характеристики є ознаками конкурентного ринку.

(130) Суб'єкти господарювання не зазнають значної конкуренції, якщо завдяки своїй ринковій владі мають здатність не допускати, усувати чи обмежувати конкуренцію, зокрема, обмежувати конкурентоспроможність інших суб'єктів господарювання, чи ущемляти інтереси інших суб'єктів господарювання чи споживачів.

(131) Ринкова влада кожного з Відповідачів певним чином урівноважується рівнем ринкової влади іншого Відповідача та Заявника, жоден із цих трьох учасників ринку не може не зважати на ринкову поведінку двох інших, визначаючи умови продажу товару та встановлюючи тарифи на свої послуги.

(132) Існуючі обмеження ринкової влади не дозволяють жодному з Відповідачів:

(133) диктувати свої умови при продажу товару та нав'язувати споживачу невігідні умови;

(134) обмежувати конкуренцію, витіснити з ринку інших учасників шляхом монополізації радіочастотного ресурсу;

(135) скорочувати або обмежувати надання послуг, оскільки конкуренти здатні швидко компенсувати утворений дефіцит.

(136) Комітетом проаналізовано надану Заявником та Відповідачами інформацію, що містить наступні свідчення наявності значної конкуренції між Відповідачами:

⁷ Звіт про роботу НКРЗІ за 2015 рік (с. 11).

- (137) ПрАТ «Київстар» розпочало діяльність на ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку на чотири роки пізніше ПрАТ «ВФ Україна», проте в період дослідження мало перевагу над ПрАТ «ВФ Україна» за кількістю абонентів, обсягом продажу та рівнем прибутковості;
- (138) між Відповідачами існує досить високий рівень міграції абонентської бази, про що свідчить досить високий відсоток відтоку абонентів. У середньому в 2014 році ПрАТ «ВФ Україна» втратило *[інформація з обмеженим доступом]* абонентів, у I півріччі 2015 року – *[інформація з обмеженим доступом]*. У свою чергу, ПрАТ «Київстар» в 2014 році втратило 6,6 % абонентів, у I півріччі 2015 року – 4,9 %. На індекс відтоку абонентів, згідно з підходами Відповідачів, не впливає зміна однієї пропозиції оператора на іншу пропозицію цього ж оператора шляхом зміни SIM-карти, відповідно даний індекс свідчить про перехід абонентів від одного оператора до іншого;
- (139) кожен із Відповідачів позиціонує себе у якості лідера ринку, витрачає значні кошти на маркетинг і рекламу, здійснив ребрединг протягом останніх років;
- (140) між Відповідачами відбувається постійне змагання за радіочастотний ресурс шляхом активної участі у тендерах;
- (141) кожен із Відповідачів має високий рівень покриття території України, у ПрАТ «ВФ Україна» у I півріччі 2015 року він складає *[інформація з обмеженим доступом]*, у ПрАТ «Київстар» – *[інформація з обмеженим доступом]*;
- (142) кожен із Відповідачів здійснює значні капіталовкладення для розширення мереж та покращення якості послуг, підтримуючи високий рівень інноваційної активності;
- (143) кожен із Відповідачів постійно диференціює тарифні плани, застосовує пільгові внутрішньомережеві тарифи, спеціальні умови з метою конкурентної боротьби за абонента.
- (144) Таким чином, конкуренція між Відповідачами є значною, постійною та тривалою.**
- (145) Заявник стверджує, що його вплив на учасників ринку є або ж відсутнім або мінімальним, наводячи як аргумент розрив у доходах та доходності на одного абонента між ним та Відповідачами, який Заявник пояснює використанням Відповідачами «ефекту зв'язаності», створюваного застосуванням різниць у тарифах для абонентів.
- (146) Наведені нижче факти не підтверджують аргументацію Заявника, і, навпаки, значною мірою свідчать про його суттєвий вплив на ринок послуг мобільного зв'язку та діяльність Відповідачів на цьому ринку.
- (147) За інформацією з офіційного сайту Заявника, він позиціонує себе як інноваційний лідер ринку (далі цитуємо):
- (148) першим в Україні почав пропонувати послуги швидкісної передачі даних на основі технології EDGE;
- (149) вперше на ринку представив інноваційну технологію передачі даних EDGE+/GPRS+;

- (150) отримав Гран-прі Effie Awards за комунікацію 3G+ запуску в Україні;
- (151) світовий лідер в області тестування ширококутового Інтернету, компанія Ookla, в червні 2015 відзначила оператора як лідера в системі Global Net Index для телекомунікаційних компаній;
- (152) оголошує про перемогу в тендері на 3G-ліцензію. Компанія цілеспрямовано боролася за найперспективніший і сприятливий для інвестування лот № 1, який дає право використовувати частоти в смугах 1920-1935 і 2110-2125 МГц, і перемогла, виставивши за нього найбільшу ціну в 3,36 мільярда гривень;
- (153) першим офіційно запустив 3G-зв'язок в комерційну експлуатацію;
- (154) на 4G-тендері придбав 2*15 МГц у діапазоні 2600 МГц для розвитку власної 4G-мережі та отримав найбільшу кількість спектра в перерахунку на одного абонента, що означає найкращу швидкість, найкращу продуктивність і найкращий користувачський досвід для абонентів.
- (155) Подібно Відповідачам, Заявник витрачає значні кошти на маркетинг та рекламу, слідом за Відповідачами у січні 2016 року здійснив ребрендинг свого бізнесу.
- (156) Для того, щоб займати місце серед лідерів ринку, необхідно здійснювати значні капіталовкладення. Нижче вказана порівняльна таблиця капіталовкладень (млн. грн) за 2013-2015 рр. Заявника та кожного з Відповідачів:

Капіталовкладення, млн. грн	2013	2014	2015
ТОВ «лайфселл»	541,5	688,9	5 959
ПрАТ «Київстар»	1 507	1 638	6 740
ПрАТ «ВФ Україна»	2 185	1 298	7 051

- (157) Ці дані вказують на те, що у 2015 році Заявник практично досяг рівня Відповідачів стосовно розміру капіталовкладень. Зокрема, за 3G-ліцензію Заявник сплатив 3 355,4 млн. грн проти 2 715,0 млн. грн та 2 700,0 млн. грн, сплачених ПрАТ «ВФ Україна» та ПрАТ «Київстар» відповідно.
- (158) Про це ж свідчить порівняльний аналіз кількості базових станцій (шт.) за 2012-2015 рр.:

[Інформація з обмеженим доступом].

*Зменшення кількості базових станцій ПрАТ «ВФ Україна» пояснюється, зокрема, втратою частини станцій, розміщених на території АТО та АР Крим.

- (159) Заявник здійснив вступ на ринок послуг мобільного зв'язку у 2005 році, коли у кожного з Відповідачів вже існувала розгалужена абонентська мережа, яка охоплювала приблизно по 10 млн. абонентів. Незважаючи на це, заявник зміг наростити абонентську базу до *[інформація з обмеженим доступом]* млн. у 2015 році, все ще відстаючи за цим показником від ПрАТ «ВФ Україна» на *[інформація з обмеженим доступом]* млн. та від ПрАТ «Київстар» на *[інформація з обмеженим доступом]* млн. абонентів.

- (160) Комітет вважає, що на існуючу різницю в кількості абонентів дійсно впливає певний ефект, проте такий ефект є, передусім, об'єктивним результатом впливу фактору існуючої мережі абонентів Відповідачів на момент вступу на ринок Заявника.
- (161) Попри нерівність стартових умов Заявник виявився єдиним із трьох лідерів ринку, який за період дослідження досяг суттєвого прогресу щодо кількості абонентів (*[інформація з обмеженим доступом]* млн. у 2012 р., *[інформація з обмеженим доступом]* млн. у 2015 р., приріст *[інформація з обмеженим доступом]* млн.) та позитивної динаміки частки обсягу продажу (з *[інформація з обмеженим доступом]* в 2012 р. до *[інформація з обмеженим доступом]* в 2015 р., приріст 2,34 пункти).
- (162) Заявник жодним чином не поступається Відповідачам щодо покриття території України та кількості населених пунктів, охоплених мережею відповідного оператора, а навпаки – випереджає Відповідачів:
- [Інформація з обмеженим доступом]*.
- [Інформація з обмеженим доступом]*.
- (163) Що стосується застосування пільгових (зокрема, спеціальних) тарифів, то слід зазначити, що, як вказує Заявник на своєму сайті, він:
- (164) у серпні 2006 року першим серед українських операторів запустив тариф з нулем у мережі «Вільний life:»);
- (165) протягом липня – листопада 2010 року ввів у дію тарифи:
- (166) «Оптимальний life:» для передмість Києва, Донецька, Харкова, Одеси і Дніпра;
- (167) регіональний тариф «Вільний life:) максимум без поповнень» для АР Крим та 6 областей: Донецької, Луганської, Полтавської, Сумської, Херсонської та Кіровоградської;
- (168) регіональний тариф «Вільний life:) максимум Захід» для 6 західних областей: Львівської, Тернопільської, Івано-Франківської, Чернівецької, Волинської та Закарпатської. Інформація про завершення дії цих/зазначених тарифних планів відсутня.
- (169) Необхідно зауважити, що нижчі порівняно з базовими тарифами спеціальні умови до базових умов тарифних планів/до національних тарифів у певних регіонах вводилися Відповідачами пізніше, протягом 2012-2015 років.
- (170) Окрім того, за твердженням ПрАТ «ВФ Україна», підставою для застосування спеціальних умов до базових умов Тарифних планів може бути різна якість послуг, що залежить від мережі, та різна собівартість. Окрім того, на слуханнях від 23.04.2018 Заявник підтвердив (і автоматично спростував протилежне твердження, надане ним же в поясненні від 05.04.18 № 1207), що в регіоні з більшою кількістю абонентів витрати на розгортання та обслуговування мережі більші.
- (171) Застосування кожним із Відповідачів тарифів, які, на думку Заявника, є більшими, ніж спеціальні умови до тарифів в інших регіонах, надавало очевидні переваги саме Заявнику, який, застосовуючи більш низькі тарифи, міг зміцнювати своє ринкове становище.

(172) Вказане вище свідчить про те, що Заявник здійснює суттєвий конкурентний тиск на діяльність Відповідачів на ринку.

(173) Наміри потенційних конкурентів щодо вступу на ринок послуг мобільного зв'язку обмежені, передусім, бар'єрами, які надають діючим на ринку суб'єктам вирішальні переваги порівняно з новими учасниками ринку.

(174) Такими бар'єрами є, передусім:

(175) обмеженість радіочастотного ресурсу (зокрема, для використання технологій з широкою пропускну здатністю), оскільки надання послуг рухомого (мобільного) зв'язку є можливим лише за умови отримання доступу до радіочастот;

(176) суттєвий обсяг фінансових інвестицій для здійснення капіталовкладень у створення мережі з метою забезпечення достатнього рівня покриття послугами рухомого (мобільного) зв'язку відповідної якості, побудови ефективно функціонуючих підрозділів підприємства, залучення значної кількості кваліфікованих працівників;

(177) обмеженість абонентської бази, оскільки створення потенційним конкурентом нової мережі передбачає відтік абонентів від діючих на ринку суб'єктів;

(178) ліцензування діяльності у сфері телекомунікацій та значна вартість загальнодержавної ліцензії на діяльність із надання послуг рухомого (мобільного) зв'язку (за період 2012 – 2015 рр.);

(179) обмеженість номерного ресурсу, який відповідно до статті 70 Закону України «Про телекомунікації» є технологічно обмеженим державним ресурсом.

(180) Також через не запровадження в Україні послуги з перенесення мобільного номеру існує факт втрати мобільного номеру при переключенні в мережу іншого оператора.

(181) Визначені вище бар'єри є однаковими для всіх операторів і мають значення як для Заявника, так і для Відповідачів, отже на ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку в Україні відсутнє та неможливе обмеження конкуренції через дискримінаційне застосування бар'єрів для окремих суб'єктів господарювання, що вже отримали доступ до ринку та здійснюють на ньому свою діяльність.

(182) Оскільки вказана вище група бар'єрів пов'язана з фундаментальними умовами функціонування ринку, будь-які інші додаткові бар'єри, які, зокрема, могли б бути створені діючими суб'єктами господарювання, мали б вторинне значення.

5. ВИСНОВКИ У СПРАВІ ТА КВАЛІФІКАЦІЯ ДІЙ ВІДПОВІДАЧІВ

(183) Як вбачається з вищевикладеного, незважаючи на наявність структурних ознак, монопольним (домінуючим) вважається становище суб'єкта господарювання лише за умови, якщо щодо нього стосовно певного виду товару немає конкуренції або така конкуренція є незначною.

(184) Отже, незважаючи на те, що на ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку конкуренція існує лише між обмеженим колом суб'єктів господарювання, вона є наявною та досить значною.

(185) Саме цей факт не дозволяє Комітету визнати Відповідачів такими, що займають монопольне (домінуюче) становище на ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку. Отже, до Відповідачів не може бути застосована стаття 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції».

(186) Разом з цим предметом розслідування не було встановлення наявності або відсутності монопольного (домінуючого) становища Відповідачів та Заявника, сукупна частка яких перевищує 50 відсотків (олігополія), а також наявності або відсутності одноосібного монопольного (домінуючого) становища кожного із Відповідачів та Заявника окремо по відношенню до відповідної категорії споживачів, встановлення тарифних планів тощо.

6. ЗАУВАЖЕННЯ ТА ЗАПЕРЕЧЕННЯ ТОВ «ЛАЙФСЕЛЛ» НА ПОДАННЯ З ПОПЕРЕДНІМИ ВИСНОВКАМИ У СПРАВІ

(187) На подання з попередніми висновками від 26.06.2018 № 130-26.13/45-18/229-спр листом від 01.08.2018 № 2708 (zareєстрований у Комітеті 03.08.2018 за № 8-01/9192) ТОВ «лайфселл» надало заперечення (далі – Заперечення).

(188) Також листом від 11.09.2018 № 3237 (zareєстрований у Комітеті 12.09.2018 за № 8-01/10923) ТОВ «лайфселл» надало копію експертного висновку щодо обґрунтованості висновків Комітету, наведених у витягу з подання з попередніми висновками (далі – Експертний висновок).

(189) Зауваження, викладені у Запереченнях та Експертному висновку, стосуються:

(190) 1. Неправильного застосування норм процесуального права.

(191) Товариство вважає, що у тексті подання мало б бути відображено суть порушення (разом із графічними матеріалами) та очікувані від Комітету рішення, уточнені у листі Товариства від 04.07.2018 № 2331, а не вказані у заяві про порушення.

Зокрема, у листі від 04.07.2018 № 2331 Товариство зазначає, що порушення Відповідачів полягають у встановленні різних цін до рівнозначних угод без об'єктивно виправданих причин, а саме:

встановлення різних цін на дзвінки off-net в залежності від того, в якому регіоні (області) споживач користується послугою;

встановлення різної вартості періодичної плати за користування послугами рухомого (мобільного) зв'язку залежно від того, на споживачів якого регіону (області) орієнтований тарифний план, у якому така вартість встановлюється;

встановлення значної цінової диференціації між вартістю дзвінків на on-net та дзвінків off-net, яка полягає у:

встановленні низької роздрібною вартості дзвінків on-net;

встановленні необґрунтовано високої вартості дзвінків off-net порівняно із вартістю on-net.

Вищезазначені дії призводять до посилення на ринку рухомого (мобільного) зв'язку «ефекту зв'язаності», цементування регіональної сегментації ринку українського мобільного зв'язку та часток ринку операторів мобільного зв'язку, обмеження конкурентоспроможності Товариства та ущемлення інтересів споживачів.

Очікувані Товариством від Комітету рішення:

визнати Відповідачів такими, що займають монопольне (домінуюче) становище на ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку;

визнати дії Відповідачів такими, що порушують законодавство про захист економічної конкуренції;

прийняти рішення про накладання штрафу на Відповідачів за порушення законодавства про захист економічної конкуренції;

зобов'язати Відповідачів протягом п'яти років із моменту винесення рішення Комітету вести роздільний облік доходів та витрат за кожною окремою послугою, яка надається Відповідачами, відповідно до єдиної погодженої із Комітетом методики, яка буде відображати, в тому числі, доходи та витрати Відповідачів по кожному регіону (області), а також приток та відтік абонентів відповідно, та публікувати щоквартально таку інформацію на офіційних сайтах Відповідачів;

прийняти рішення про припинення Відповідачами порушення законодавства про захист економічної конкуренції, а саме, зобов'язання Відповідачів:

встановлювати однакову вартість дзвінків off-net незалежно від місцезнаходження абонента;

встановлювати однакову вартість періодичної плати у тарифних планах незалежно від місцезнаходження абонента, яка має базуватися на собівартості послуг, які входять у тарифний план;

не встановлювати у тарифних планах диференціацію між вартістю дзвінків на on-net та off-net у розмірі, що перевищує різницю між витратами, які несуть Відповідачі при здійсненні термінації таких дзвінків, зокрема, у розрізі регіонів (областей) України.

відповідно до пункту 14 статті 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» надати рекомендації НКРЗІ щодо усунення однієї із причин виникнення порушень законодавства про захист економічної конкуренції, а саме, «ефекту зв'язаності», шляхом приведення такс за послуги пропуску трафіка до рівня собівартості з урахуванням однакової прибутковості для кожного оператора.

(192) Така аргументація Товариства не відповідає матеріалам справи, оскільки подання з попередніми висновками у справі було надіслано Заявнику та Відповідачам 02.07.2018, а очікувані Заявником від Комітету рішення, наведені у листі від 04.07.2018 № 2331, зокрема, щодо зобов'язань Відповідачів та надання рекомендацій НКРЗІ, не відповідають очікуваним рішенням від Комітету у Заяві, за якою було проведено відповідне дослідження та розпочато розгляд справи.

Товариство першим серед українських операторів запустило тариф із нулем у мережі «Вільний life:)). Відповідачі в свою чергу відповіли на практику Товариства,

використовуючи метод «meeting competition defense». Зокрема, у листі ПрАТ «ВФ Україна» від 18.07.2017 № 02/КИ-Б/14 (зареєстрований у Комітеті 19.07.2017 за № 8-01/598-кі) зазначено: *[інформація з обмеженим доступом]*⁸.

У свою чергу у поданні Комітетом доведено, що, незважаючи на те, що на ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку конкуренція існує лише між обмеженим колом суб'єктів господарювання, вона є наявною та досить значною.

Саме цей факт не дозволяє Комітету визнати Відповідачів такими, що займають монопольне (домінуюче) становище на ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку. Отже, до Відповідачів не може бути застосована стаття 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції».

(193) Товариство зазначило, що попередні висновки не враховують існування та припинення діяльності наступних компаній, які здійснювали діяльність на ринку у 2012 році: ЗАТ «Українські радіосистеми» та ТОВ «Голден Телеком».

(194) Така аргументація Товариства не відповідає матеріалам справи, оскільки НКРЗІ прийнято рішення від 21.06.2012 № 301 «Про видачу, переоформлення дозволів на використання номерного ресурсу та вилучення номерного ресурсу», яким було вилучено номерні ресурси у ЗАТ «Українські радіосистеми» та переоформлено дозволи на використання номерних ресурсів на ПрАТ «Київстар».

Також НКРЗІ прийнято рішення від 17.05.2012 № 237 «Про видачу, переоформлення та скасування дозволів на використання номерного ресурсу», яким було вилучено номерний ресурс у ТОВ «Голден Телеком».

Згідно з рішенням Комітету від 09.03.2010 № 77-р ЗАТ «Українські радіосистеми» було досить пасивним учасником на українському ринку, не здійснювало значних інвестицій і не запровадило жодної суттєвої інновації. Саме собою ЗАТ «Українські радіосистеми» не впливає на інтенсивність конкуренції в Україні, зокрема, не спромоглося здійснити значного просування на ринку рухомого (мобільного) зв'язку України, незважаючи на свою присутність впродовж 4 років і на те, що воно впровадило «0» тариф. Його клієнтська база залишається незначною та має тенденцію до зменшення з 2007 року.

Згідно з офіційним повідомленням ТОВ «Голден Телеком» у газеті Верховної Ради України «Голос України» за 04.06.2013, ТОВ «Голден Телеком» вирішило припинити надання послуг мобільного зв'язку з 04.09.2013. За інформацією ПрАТ «Київстар», станом на 04.06.2013 абонентська база ТОВ «Голден Телеком» складала біля 10 тисяч абонентів.

(195) Товариство зазначило, що попередні висновки не враховують надану Товариством інформацію, зокрема, із посиланням на рішення конкурентного відомства Франції, що Відповідачі здатні створювати та відповідно створюють бар'єри для конкурентоспроможності Товариства шляхом встановлення значної різниці між тарифами на внутрішньомережеві дзвінки та дзвінки на інші мережі.

(196) Така аргументація Товариства не відповідає матеріалам справи, враховуючи наступне.

⁸ *[інформація з обмеженим доступом]*.

Згідно зі статтею 256 Угоди про Асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони (далі – Угода про Асоціацію), Україна наближує своє конкурентне законодавство та практику застосування до *acquis* ЄС так, як це визначено нижче:

Регламент Ради (ЄС) N 1/2003 від 16 грудня 2002 року про імплементацію правил конкуренції, викладених у статтях 81 та 82 Договору (судове співробітництво в цивільних та кримінальних справах).

Регламент Ради (ЄС) N 139/2004 від 20 січня 2004 року про контроль за концентрацією між підприємствами (Регламент ЄС про злиття).

Регламент Комісії (ЄС) N 330/2010 від 20 квітня 2010 року про застосування статті 101(3) Договору про функціонування Європейського Союзу до категорій вертикальних угод та узгоджених дій.

Регламент Комісії (ЄС) N 772/2004 від 27 квітня 2004 року про застосування статті 81 (3) Договору до категорій угод з передачі технології.

Визначення *acquis* наведено у Законі України «Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу» від 18.03.2004 року № 1629-IV: «*Acquis communautaire (acquis)* – правова система Європейського Союзу, яка включає акти законодавства Європейського Союзу (але не обмежується ними), прийняті в рамках Європейського співтовариства, Спільної зовнішньої політики та політики безпеки і Співпраці у сфері юстиції та внутрішніх справ».

Як визначено у цьому Законі, джерелами *acquis communautaire* є:

первинне законодавство:

Договір про заснування Європейського економічного співтовариства 1957 року (з 1993 року – Договір про заснування Європейського співтовариства), Договір про заснування Європейського співтовариства з атомної енергії 1957 року (далі – установчі договори) з наступними змінами, внесеними Маастрихтським договором (Договір про утворення Європейського Союзу 1992 року, Амстердамським договором 1997 року та Ніццьким договором 2001 року, а також актами про приєднання;

Договір про Європейський Союз 1992 року, із змінами, внесеними Амстердамським договором 1997 року та Ніццьким договором 2001 року, а також договорами про приєднання;

Договір про злиття 1965 року;

акти про приєднання нових держав-членів;

вторинне законодавство:

директива;

регламент;

рішення;

рекомендація або висновок;

джерело права у формі міжнародної угоди;

загальний принцип права Європейського співтовариства;

рішення Європейського суду;

спільна стратегія у сфері спільної зовнішньої політики та політики безпеки, як це визначено статтею 13 Договору про Європейський Союз;

спільні дії в рамках спільної зовнішньої політики та політики безпеки;

спільна позиція у сфері спільної зовнішньої політики та політики безпеки;

рамкове рішення щодо гармонізації законодавства в контексті положень Договору про Європейський Союз про співробітництво правоохоронних та судових органів у кримінальних справах (стаття 34 Договору про Європейський Союз);

спільна позиція в контексті положень Договору про Європейський Союз про співробітництво правоохоронних та судових органів у кримінальних справах (стаття 34 Договору про Європейський Союз);

рішення в контексті положень Договору про Європейський Союз про співробітництво правоохоронних та судових органів у кримінальних справах (стаття 34 Договору про Європейський Союз);

загальне положення або принцип у сфері спільної зовнішньої політики та політики безпеки.

Таким чином, рішення національних судів держав-членів ЄС до *acquis* ЄС не належать, і жодних обов'язків з їх урахування чи наближення до них своєї правозастосовчої практики Україна немає.

Разом з цим згідно із рішенням Decision n° 12-D-24³ від 13 грудня 2012 року конкурентного відомства Франції L'Autorité de la concurrence, розміщеного за посиланням: <http://www.autoritedelaconcurrence.fr/pdf/avis/12d24.pdf>, відповідна справа не була пов'язана із запровадженням операторами регіональних пропозицій, спеціальних умов до умов тарифних планів. Оператори Франції Orange та SFR (Відповідачі) у 2005 році запустили для своїх абонентів пропозицію (підписку), яка дозволяла телефонувати всередині мережі без обмежень. Водночас оператори рекомендували абоненту повідомити про таку пропозицію (підписку) членам сім'ї, щоб мати можливість використовувати компонент надмірності свого пакету, який оператори трактували як безкоштовний та «без обмежень». Як наслідок, 70 відсотків дзвінків абонента стали призначатись для трьох його обраних співрозмовників.

(197) 2. Визначення товарних меж ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку.

(198) Згідно з Експертним висновком: «...слід сказати, що далеко не за усіма критеріями, передбаченими пунктом 5.1 Методики у витягу з подання представлено належний обґрунтований аналіз взаємозамінності послуг рухомого (мобільного) зв'язку, що

надається Відповідачами, з послугами фіксованого телефонного зв'язку, послугами ОТТ-сервісів, а також різних стандартів надання послуг рухомого (мобільного) зв'язку між собою. І хоча є підстави вважати, що визначення товарних меж ринку, наведене в абзаці 2 на стор. 8 подання є правильним, слід забезпечити його краще обґрунтування з урахуванням зауважень, наведених вище».

(199) Це твердження не відповідає дійсності. У поданні з попередніми висновками детально аргументовано різницю між послугами рухомого (мобільного) зв'язку і послугами фіксованого телефонного зв'язку, а також ОТТ-сервісами. Також згідно із листами ПрАТ «Київстар» та ПрАТ «ВФ Україна» від 25.09.2018 № 676/01 та від 27.09.2018 № 02/КИ-Б/46 відповідно доля CDMA на ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку є дуже низькою, що повністю нівелює її вплив на ринок послуг рухомого (мобільного) зв'язку у період з 01 січня 2012 року по 30 червня 2015 року.

(200) 3. Визначення територіальних (географічних) меж ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку.

(201) В Експертному висновку зазначено, що «...свідчення існування єдиного загальнодержавного ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку, які наведені у попередніх висновках, не покривають усього переліку критеріїв визначення територіальних (географічних) меж ринку, встановлених пунктом 6.1 Методики... обов'язково слід дослідити, наприклад, критерії: рівень транспортних витрат, включаючи особливості транспортування товару (товарної групи); наявність торгових, складських приміщень, зручностей виконання вантажно-розвантажувальних робіт, можливостей виконання передпродажної підготовки; наявність знаків для товарів і послуг тощо».

(202) Така аргументація не відповідає матеріалам справи, оскільки пунктом 6.1 Методики передбачено, що при визначенні територіальних (географічних) меж ринку, *зокрема, можуть враховуватися...*

Отже, пункт 6.1 Методики має дискреційний характер.

Разом з цим окремі критерії, зокрема, технологічні зв'язки між виробниками і споживачами, можливості щодо технічного, гарантійного, абонентського обслуговування тощо досліджені Комітетом і свідчать саме про територію України як географічні межі ринку.

Так, зокрема, пунктами 4.1.2, 4.1.5, 4.1.10 ліцензійних умов користування радіочастотним ресурсом України, затверджених рішенням НКРЗ від 19.08.2005 № 53, зареєстрованих у Мін'юсті України 20.10.2005 за № 1237/11517, передбачено зобов'язання Ліцензіатів за єдиними правилами на всій території України здійснювати встановлення, монтаж РЕЗ, експлуатацію радіоелектронних засобів та користування радіочастотним ресурсом, що свідчить про єдність технологічних зв'язків на всій території України.

(203) 4. Визначення часових меж ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку.

(204) Товариство вважає, що часові межі досліджуваного ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку мали б бути встановлені з 01 січня 2012 року по 31 грудня 2014 року. Тобто обмежені роком до початку впровадження на ринку нової технології 3G.

(205) Така аргументація Товариства не відповідає матеріалам справи, оскільки у заяві від 26.08.2015 (zareєстрована у Комітеті 28.08.2015 за № 8-01/108-AM) про порушення ПрАТ «ВФ Україна» та ПрАТ «Київстар» законодавства про захист економічної конкуренції, з якою звернулося ТОВ «лайфселл» до Комітету, Товариство зазначає, що «...на думку Товариства, на ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку має місце порушення...Доцільно відмітити, що такі порушення є систематичними і **вчинялися приблизно протягом періоду з 2012 року до теперішнього часу**».

Водночас на стор. 22 Експертного висновку зазначено, що «...період часу у три з половиною роки, детермінований АМКУ у абзаці 6 на стор. 8 подання як часові межі ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку є завеликим, не відповідаючи вимогам жодного із підходів». Водночас у Заяві зазначено, що «...дії Відповідачів створюють бар'єри та обмежують конкурентоспроможність Товариства, його можливість залучити нових абонентів шляхом пропозиції більш привабливих тарифів. Це, у свою чергу, призводить до усунення та обмеження конкуренції на ринку, внаслідок чого і до ущемлення інтересів споживачів».

Враховуючи наведене, не логічно стверджувати про звуження часових меж ринку.

Щодо обмеження часових меж ринку роком до початку впровадження на ринку нової технології 3G, то слід зазначити наступне.

Рішенням НКРЗІ від 27.02.2015 № 110 «Про результати тендера на отримання ліцензій на користування радіочастотним ресурсом України для впровадження радіотехнології «Цифровий стільниковий радіозв'язок ІМТ-2000 (UMTS)» в смугах радіочастот 1920-1935/2110-2125, 1950-1965/2140-2155, 1965-1980/2155-2170 МГц» було видано ліцензії ТОВ «Астеліт», ПрАТ «Київстар», ПрАТ «МТС Україна» для впровадження радіотехнології «Цифровий стільниковий радіозв'язок ІМТ-2000 (UMTS)» строком на 15 років із термінами освоєння радіочастотного ресурсу: початок користування – жовтень 2015 року; повне освоєння – квітень 2020 року. У квітні 2015 року Відповідачами та Заявником фактично було отримано відповідні ліцензії. Протягом наступних двох місяців операторами підписувалися договори конверсії зі спеціальними користувачами відповідних радіочастот, отримувалися дозволи на експлуатацію РЕЗ, тестувалися та запускалися нові радіомережі.

Також відповідно до Умов тендера на отримання ліцензій на користування радіочастотним ресурсом України для впровадження радіотехнології «Цифровий стільниковий радіозв'язок ІМТ-2000 (UMTS)» в смугах радіочастот 1920-1935/2110-2125, 1950-1965/2140-2155, 1965-1980/2155-2170 МГц, затверджених рішенням НКРЗІ від 28.10.2014 № 730, погоджених розпорядженням Кабінету Міністрів України від 05.11.2014 № 1181-р, забезпечити дотримання Показників якості послуг рухомого (мобільного) зв'язку та їх граничних нормованих рівнів, затверджених наказом Міністерства транспорту та зв'язку України від 19.03.2010 № 147 та зареєстрованих в Міністерстві юстиції України 06.04.2010 за № 277/17572, з використанням радіотехнології «Цифровий стільниковий радіозв'язок ІМТ-2000 (UMTS)» на території всіх обласних центрів України протягом 18 місяців із дати видачі ліцензії за результатами тендеру; на території всіх районних центрів та всіх населених пунктів із населенням більше 10 000 (десяти тисяч) осіб протягом 2–6 (другого – шостого) років із дати видачі ліцензії за результатами тендеру.

Листом від 07.09.2018 № GR-18-11090 (zareєстрований в Комітеті 07.09.2018 за № 8-01/10766) ПрАТ «ВФ Україна» надало презентацію «Статус запуску 3G» від 21.01.2016, відповідно до якої ПрАТ «ВФ Україна» розпочало здійснення

комерційного запуску послуг у стандарті 3G/UMTS 22.09.2015 у м. Одеса, і після завершення першого етапу конверсії (наприкінці 2015 року) запустило повноцінну радіомережу у більшості населених пунктів України.

Листом від 20.09.2018 № 657/01 (zareєстрований в Комітеті 20.09.2018 за № 8-09/935-кі) ПрАТ «Київстар» надало *[інформація з обмеженим доступом]*.

Тобто, фактичне освоєння на ринку нової технології 3G розпочалося поза межами визначених часових меж ринку.

Відповідно структура ринку, обсяги послуг Відповідачів та Заявника та умови їх надання були сталими у період дослідження з 01 січня 2012 року по 30 червня 2015 року та не змінювали загальний попит і пропозицію на ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку.

- (206) Товариство зазначило, що попередні висновки використовують для характеристик ринку його особливості, враховуючи дані загалом за 2015 рік, використовують для обґрунтування значної конкуренції між Відповідачами та Товариством результати діяльності до 2012 року, що виходить за межі часових меж дослідження ринку, встановлених Комітетом.**

Зокрема, Товариство:

не погоджується із висновком щодо інтенсивного розвитку ринку та впровадження інноваційних технологій на ринку з 2012 року до моменту впровадження технології 3G;

не погоджується із висновком про наявність міграції суттєвої частини абонентів між операторами;

не погоджується із тим, що наявність кількох SIM-карт у кінцевому обладнанні абонентів є ознакою конкурентного ринку.

- (207) Така аргументація Товариства не відповідає матеріалам справи, оскільки Методика жодним чином не обмежує Комітет описувати події на ринку і порівнювати їх з визначеними часовими межами як до, так і після.**

У свою чергу у попередніх висновках наведено результати діяльності Відповідачів та Товариства протягом 2012 – 2015 рр. щодо розмірів капіталовкладень, кількості базових станцій, рівнів покриття території України, згідно з якими Заявник жодним чином не поступається Відповідачам та здійснює суттєвий конкурентний тиск на діяльність Відповідачів на ринку. Попередні висновки також вказують на вплив фактору існуючої мережі абонентів Відповідачів на момент вступу на ринок Заявника, що дійсно впливає на існуючу різницю в кількості абонентів.

Статтею 3 Указу Президента України від 23.07.2014 № 613 «Про забезпечення умов для впровадження сучасних телекомунікаційних технологій» НКРЗІ було доручено забезпечити проведення в установленому порядку тендерів (відкритих аукціонів) на видачу ліцензій на користування радіочастотним ресурсом України в смугах радіочастот загального користування для запровадження системи рухомого (мобільного) зв'язку третього покоління стандарту IMT-2000 (UMTS).

У свою чергу Відповідачами в період з 2012 по 2015 роки впроваджено на своїй мережі наступні технологічні новації.

ПрАТ «Київстар»:

впровадження AMR WB кодека для покращення якості передачі голосу;

впровадження A over IP, Abis over IP, що дало змогу збільшити ефективність мережі передачі даних та покращити якість мобільної передачі даних;

впроваджено послугу мобільної передачі даних у київському метрополітені;

впровадження Interference Reject Combining – технологічного рішення, яке забезпечило збільшення пропускної спроможності радіомережі і, як наслідок, підвищило коефіцієнт доступності мережі та її якості.

ПрАТ «ВФ Україна»:

помічник «Мій МТС»: керування номером та послугами Online, можливість контролювати видатки;

інноваційні маршрути у містах України (Полтава, Чернівці, Херсон, Черкаси тощо) у рамках концепції Ukraine4all. Сучасні інформаційні технології для туристичної інфраструктури міст. Швидкісний мобільний Інтернет дозволяє оперативно отримувати всю необхідну інформацію – мапу міста, опис пам'яток, фото і відео контент – у будь-який час.

Відтік абонентів (churn rate), іноді – коефіцієнт втрати (attrition rate) – відсоток абонентів, які припинили користуватися послугами рухомого (мобільного) зв'язку певного оператора протягом певного періоду часу⁹. Цей коефіцієнт аналізується Федеральною комісією США у сфері зв'язку та GSM Асоціацією. Індекс відтоку не враховує абонентів, які змінюють тарифні пропозиції в межах однієї мережі. Цей індекс свідчить про перехід абонентів від одного оператора до іншого. Таким чином, у поданні обґрунтовано доведено, що високий відсоток відтоку абонентів, який наявний у Відповідачів, є одним із факторів, який свідчить про наявність значної конкуренції між Відповідачами.

Так, рівень відтоку абонентів ПрАТ «Київстар» у середньому в 2013 році склав *[інформація з обмеженим доступом]*, у 2014 році – *[інформація з обмеженим доступом]*, у 2015 році – *[інформація з обмеженим доступом]*. У ПрАТ «ВФ Україна» цей показник за 2012 рік склав 28,0 %, за 2013 рік – 28,9 %, за 2014 рік – 27,7%, за 2015 рік – 24,6 %.

Протягом визначених Комітетом часових меж дослідження рівень проникнення рухомого (мобільного) зв'язку в Україні складав відповідно 130,3 %, 137,3 %, 142,4 % та 141,9 % від усієї чисельності населення України.

Фактор насиченості ринку послуг рухомого (мобільного) зв'язку не є бар'єром, оскільки пенетрація (співвідношення SIM-карт операторів до фактичної кількості

⁹ Customer Churn Rate: Definition, Measuring Churn and Increasing Revenue [Електронний ресурс]. – ReSci (Retention Science) – 2014. Режим доступу: <https://www.retentionscience.com/why-measuring-your-customer-churn-rate-increases-revenue/>

мешканців у кожній конкретній області) > 100 відсотків. Водночас друга SIM-карта для абонента у використанні може стати першою.

(208) 5. Встановлення ознак конкурентного ринку.

(209) Товариство не погоджується із тим, що воно та його частка на ринку у попередніх висновках розглядаються сукупно із частками ринку ПрАТ «ВФ Україна» та ПрАТ «Київстар». Товариством надавалася Комітету інформація про його відмінності від Відповідачів, зокрема, із посиланням на міжнародний досвід, яка не знайшла свого відображення у попередніх висновках.

(210) Така аргументація Товариства не відповідає матеріалам справи, тому що одноосібне монопольне (домінуюче) становище ПрАТ «Київстар» та ПрАТ «ВФ Україна» не визначається, оскільки на ринку діє, як мінімум, один конкурент із близькою за розміром часткою на ринку, здатний суттєво обмежувати дії ПрАТ «Київстар» та ПрАТ «ВФ Україна» на ринку.

Ринкова влада кожного з Відповідачів певним чином урівноважується рівнем ринкової влади іншого Відповідача та Заявника, жоден з цих трьох учасників ринку не може не зважати на ринкову поведінку двох інших, визначаючи умови продажу товару та встановлюючи тарифи на свої послуги.

Відповідно до розділу 8 Методики «Розрахунок частки суб'єктів господарювання на ринку» обсяг ринку визначається як загальний обсяг надходження товару на ринок за відповідною формулою, де враховується кількість суб'єктів господарювання, що продають (постачають, виробляють) або придбавають (споживають, використовують) товари (товарні групи), що входять до товарних меж ринку.

Таким чином, Комітет, керуючись положеннями Методики, зобов'язаний був врахувати частки всіх суб'єктів господарювання на ринку.

(211) За твердженням Товариства, вищезазначене також підтверджується Звітом компанії *Analysys Mason* за результатами науково-дослідної роботи з питань дослідження стану розподілу радіочастотного ресурсу України і розроблення пропозицій щодо впровадження системи рухомого (мобільного) зв'язку четвертого покоління (LTE). В науково-дослідній роботі було проаналізовано функціонування ринку рухомого (мобільного) зв'язку та використання спектру, проведена оцінка попиту на радіоспектр включно з аналізом поточного конкурентного середовища і призначення спектру в межах визначених діапазонів. У Звіті *Analysys Mason* виділяє двох типових операторів мобільного зв'язку (ОМЗ) 1 – Відповідачів, базуючись на наявній в них основній частки абонентської бази 2G/3G та обсязі спектру, та типового ОМЗ 2 – Товариство. В змодельованому базовому сценарії доходи від надання послуг, а, відповідно, і цінність спектру для ОМЗ 1, більш ніж втричі вищі порівняно з ОМЗ 2. При цьому, обсяг і загальна потреба у спектрі та витрати на мережу є співставними (відрізняються не більше ніж у два рази).

(212) Така аргументація Товариства не відповідає матеріалам справи, оскільки метою цього Звіту було розроблення пропозицій для НКРЗІ щодо впровадження системи рухомого (мобільного) зв'язку четвертого покоління (LTE), оцінки попиту на радіоспектр, шляхів призначення спектра на об'єктивних, пропорційних, своєчасних, прозорих та недискримінаційних засадах, потреби у спектрі та ліцензування на принципах технологічного нейтралітету в Україні. Щодо аналізу

конкурентного середовища і призначення спектра в межах визначених дослідженням діапазонів у Звіті зазначено: «...конкуренція на ринку України забезпечується за рахунок того, що послуги мобільного зв'язку і радіодоступу до мережі Інтернет надаються кількома операторами, а також застосовується ряд різних технологій (CDMA, GSM, UMTS, WiMAX). Конкурентоздатність у майбутньому, вірогідно, буде базуватися на збереженні конкуренції між операторами. Однак, беручи до уваги тенденції розвитку на міжнародній арені, очікується, що у всіх операторів буде комерційний стимул переходити до використання технології зв'язку на базі LTE».

Водночас листом від 07.09.2018 № GR-18-11090 (zareєстрований у Комітеті 07.09.2018 за № 8-01/10766) ПрАТ «ВФ Україна» зазначило, що «...у Звіті зазначено наступне: «...на українському ринку мобільного зв'язку є три великі оператори мобільного зв'язку (ОМЗ), яким належить більшість 93 % підключень станом на кінець 2015 року, і кілька малих учасників ринку, зосереджених на послугах передачі даних. Три великі ОМЗ – це Київстар, Водафон і lifecell. Станом на кінець 2015 року компаніям належало 40 %, 32 % і 22 % підключень до мобільного зв'язку відповідно».

ПрАТ «Київстар» листом від 25.09.2018 № 676/01 зазначило, що *[інформація з обмеженим доступом]*.

(213) Товариство зазначило, що попередні висновки не відображають, наприклад, наступні характеристики ринку, які мають велике значення для справи: більше 90 % вихідного мобільного трафіка припадало на внутрішньомережеві дзвінки, значна різниця між вартістю дзвінків всередині мережі та вартістю дзвінків на інші мережі, нерівномірний розподіл радіочастотного ресурсу, завищений порівняно із собівартістю розмір розрахункової такси за послугу пропуску трафіка, нерівномірний розподіл часток абонентської бази операторів рухомого (мобільного) зв'язку залежно від області (регіону) держави.

(214) Така аргументація Товариства не відповідає матеріалам справи, оскільки, як було зазначено вище, Товариство першим серед українських операторів запустило тариф з нулем у мережі «Вільний life:»).

Застосування кожним із Відповідачів тарифів, які, на думку Заявника, є більшими, ніж тарифи в інших регіонах, надавало очевидні переваги саме Заявнику, який застосовуючи більш низькі тарифи, міг зміцнювати своє ринкове становище.

На існуючу різницю в кількості абонентів дійсно впливає певний ефект, проте такий ефект є, передусім, об'єктивним результатом впливу фактору існуючої мережі абонентів Відповідачів на момент вступу на ринок Заявника.

За твердженням Товариства, Товариство втрачає переважну частку власної абонентської бази саме в тих регіонах (областях), в яких частка абонентської бази одного з Відповідачів перевищує 50 відсотків, та в яких вони, користуючись своєю ринковою владою, створили та підтримують бар'єр для вступу, та ефективної конкуренції на ринку інших суб'єктів господарювання, у вигляді «ефекту зв'язаності».

Також, відповідно до даних власних маркетингових досліджень Товариства, додатком 2 до Заяви Товариство надало детальну інформацію щодо часток ПрАТ «Київстар», ПрАТ «ВФ Україна» та Товариства на ринку по кожній з областей України. Так, у таких областях, як: Львівська, Хмельницька, Житомирська,

Чернігівська, Вінницька, Черкаська, – частка абонентської бази Товариства – навпаки перевищує одного з Відповідачів, а в областях Тернопільська та Одеська різниця у частці з цим Відповідачем складає 3 – 5 відсотків.

Станом на дату подання Товариством заяви про порушення (28.08.2015) НКРЗІ рішенням від 04.08.2015 № 409 затвердила розрахункові такси за послуги пропуску трафіку до телекомунікаційних мереж операторів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою на ринках послуг пропуску трафіку, відповідно до якого розрахункові такси за послуги пропуску трафіку при наданні послуг рухомого (мобільного) телефонного зв'язку знижено з 0,36 до 0,23 грн/хв. без ПДВ.

(215) Товариство зазначило, що попередні висновки не містять інформацію чи встановлено об'єктивні причини існуючого розміру різниці у тарифах Відповідачів та однакові послуги для різних регіонів (областей), а містять лише припущення, що підставою для застосування спеціальних умов до базових умов Тарифних планів може бути різна якість послуг, що залежить від мережі, та різна собівартість.

(216) Така аргументація Товариства не відповідає матеріалам справи, оскільки, як було зазначено вище, пунктом 58 Правил надання та отримання телекомунікаційних послуг передбачено, що у межах різних тарифних планів залежно від переліку (паketу) та обсягу послуг можуть встановлюватися різні тарифи на однакові послуги.

Окрім того, за інформацією ПрАТ «ВФ Україна»: «...у період 2012 – 2015 років та зараз, абонент мав та має можливість самостійно або звернувшись до центру обслуговування абонентів безпосередньо або в телефонному режимі/за допомогою офіційного Веб-сайту товариства змінити власний тарифний план (будь-який) на інший відкритий тарифний план, більш вигідний для абонента з точки зору його профілю споживання. Ніяких обмежень чи перешкод з боку оператора не має і не було у період, що є предметом розслідування справи. Інформація про можливість такого переходу розміщується на офіційному Веб-сайті оператора (наприклад, <https://vodafoneclub.com.ua/uslugi/sposoby-izmeneniya-tarifnogo-plana-v-vodafone-i-mts>)».

За інформацією ПрАТ «Київстар»: *[інформація з обмеженим доступом]*.

(217) Отже, враховуючи вищевикладене, надані Заперечення Заявника та Експертний висновок спростовуються матеріалами Справи.

(218) На подання з попередніми висновками у справі від 26.06.2018 № 130-26.13/45-18/229-спр листом від 09.07.2018 № GR-18-08577 (zareєстрований у Комітеті 10.07.2018 за № 8-01/8026) ПрАТ «ВФ Україна» повідомило Комітет, що немає зауважень та пропозицій до попередніх висновків.

(219) На подання з попередніми висновками у справі від 26.06.2018 № 130-26.13/45-18/229-спр листом від 18.07.2018 № 482/01 (zareєстрований у Комітеті 19.07.2018 за № 8-01/655-кі) ПрАТ «Київстар» повідомило Комітет, що погоджується з висновками, наведеними у попередніх висновках.

(220) Відповідно до статті 49 Закону України «Про захист економічної конкуренції» розгляд справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції

підлягає закриттю без прийняття рішення по суті, якщо, зокрема, не доведено вчинення порушення.

(221) Враховуючи викладене, керуючись статтею 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтями 48 і 49 Закону України «Про захист економічної конкуренції» та пунктом 36 Правил розгляду заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, затвердженими розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19 квітня 1994 року № 5 та зареєстрованими у Міністерстві юстиції України 6 травня 1994 року за № 90/299 (в редакції розпорядження Антимонопольного комітету України від 26 квітня 2016 року № 12-рп (із змінами), Антимонопольний комітет України

ПОСТАНОВИВ:

Закрити провадження у справі № 130-26.13/45-18.

Рішення може бути оскаржене до господарського суду міста Києва у двомісячний строк з дня його одержання.

Голова Комітету

Ю. ТЕРЕНТЬЄВ