

# Ziņojums par sadzīves elektrotehnikas remonta pakalpojumu sniegšanas tirgus uzraudzību

## Publiskojamā versija

### Saturs

Ievads .....	2
Uzraudzības mērķis .....	2
1. Tiesiskais regulējums attiecībā uz remonta pakalpojumiem .....	2
1.1. Likumiskā garantija.....	2
1.2. Līgumiskā garantija.....	3
2. Konkrētie tirgi.....	4
2.1. Konkrētās preces tirgus.....	4
2.2. Konkrētais ģeogrāfiskais tirgus.....	5
2.3. Secinājumi .....	6
3. Tirgus barjeras.....	6
3.1. Ārpus garantijas pakalpojumu tirgus .....	6
3.2. Garantijas pakalpojumu tirgus .....	7
4. Konkurences līmeņa analīze.....	7
5. Tirgus dalībnieki un struktūra.....	7
5.1. Sadzīves tehnikas garantijas un ārpus garantijas remonta pakalpojumu sniedzēji .....	7
5.2. Mobilo tālruņu garantijas un ārpus garantijas remonta pakalpojumi .....	8
6. Tirgus dalībnieku viedokļi par konkurences līmeni citas sadzīves tehnikas remonta pakalpojumu tirgū .....	9
7. Tirgus dalībnieku darbību atbilstības KL normām analīze.....	10

## Ievads

Tā kā Konkurences padomes (turpmāk – KP) rīcībā bija informācija par atsevišķiem gadījumiem, kad sadzīves elektrotehnikas garantijas remonta pakalpojumi nav pieejami, ja prece pirka ārpus Latvijas, piemēram citās Eiropas Savienības (turpmāk – ES) dalībvalstīs, 2010.gada 31.martā KP uzsāka sadzīves elektrotehnikas remonta pakalpojumu sniegšanas tirgus uzraudzību (turpmāk – Uzraudzība).

## Uzraudzības mērķis

Uzraudzība tika ierosināta, lai aktualizētu informāciju par konkurences situāciju sadzīves elektrotehnikas remonta pakalpojumu sniegšanas tirgū. Uzraudzības galvenais mērķis bija izvērtēt līgumus starp sadzīves elektrotehnikas ražotājiem/izplatītājiem un garantijas remonta sniedzējiem Latvijā, lai noskaidrotu, vai patērētājiem ir pieejams garantijas remonta pakalpojums precēm, kuras patērētājs iegādājās citā ģeogrāfiskā teritorijā vai „neoficiālajā” izplatīšanas kanālā.

Tāpat KP izvirzīja mērķi pārbaudīt, vai līgumos starp dažādu tirgus līmeņu dalībniekiem nepastāv konkurences ierobežojumi, kuru priekšnosacījums būtu garantijas remonta pakalpojuma organizēšanas principi. KP izvirzīja hipotēzi, ka garantijas remonta pakalpojuma sniegšanas nosacījumi var ietekmēt patērētāju izvēli, atturot tos no preces iegādes citā ģeogrāfiskajā tirgū vai „neoficiālajā” izplatīšanas kanālā, tādējādi ierobežojot konkurenci un patērētāju iespējas iegūt labumus no tās.

## 1. Tiesiskais regulējums attiecībā uz remonta pakalpojumiem

Garantijas remonts ir preces remonta pakalpojums, kas nodrošināms patērētājam bezmaksas. Garantijas definīcija ir sniegta Patērētāju tiesību aizsardzības likumā (turpmāk – PTAL) un tā attiecas uz patērētājiem-fiziskajām personām. PTAL noteiktais attiecībā uz garantiju ir uzskatāms par likumiskās garantijas gadījumu un attiecas uz patērētājiem-fiziskām personām, kas precī iegādājušies Latvijas teritorijā. Pastāv pamats nošķirt likumisko un līgumisko garantiju.

### 1.1. Likumiskā garantija

PTAL teikts, ka vienlaicīgi ar preces vai pakalpojuma iegādāšanos patērētājs iegūst tiesības divu gadu laikā no pirkuma izdarīšanas dienas pieteikt ražotājam, pārdevējam vai pakalpojuma sniedzējam pretenzijas par neatbilstību līguma noteikumiem. Šīs tiesības patērētājs iegūst pat tad, ja pārdevējs patērētāju par to neinformē vai arī norāda, ka patērētājam ir šādas tiesības uz laiku, kas mazāks par diviem gadiem (PTAL 27.panta pirmā daļa).

Ministru kabineta 01.08.2006. noteikumu Nr.631 „Kārtība, kādā piesakāms un izskatāms patērētāja prasījums par līguma noteikumiem neatbilstošu precī vai pakalpojumu” 2.punkts nosaka, ka: „*Patērētājs piesaka prasījumu ražotājam, pārdevējam vai pakalpojumu sniedzējam tā juridiskajā adresē vai preces iegādes vai pakalpojuma saņemšanas vietā*”. Par preces iegādes dienu tiek uzskatīta diena, kad ražotājs vai pārdevējs nodevis un patērētājs pieņēmis attiecīgo precī.

Minētais regulējums arī būtiski atšķir garantijas remonta pakalpojumus no ārpus garantijas remonta pakalpojumiem, jo strikti reglamentē vietu, kurā patērētājs tiesīgs pieteikties uz pakalpojuma saņemšanu, personu loku un periodu, kurā var pieteikties uz pakalpojuma saņemšanu.

Citi būtiskie aspekti, kas atšķir garantijas remonta pakalpojumus no ārpus garantijas remonta pakalpojumiem, ir:

- a) PTAL 28.panta pirmā daļa nosaka, ka „*Patērētājs, kuram pārdota vai nodota lietošanā līguma noteikumiem neatbilstoša prece, ir tiesīgs pieprasīt, lai ražotājs vai pārdevējs veic vienu no šādām darbībām:*
  - 1) *attiecīgi samazina preces cenu;*
  - 2) *novērš preces neatbilstību līguma noteikumiem vai atlīdzina patērētājam izdevumus par neatbilstības novēršanu;*
  - 3) *apmaina preci pret tādu pašu vai ekvivalentu preci, ar kuru būtu nodrošināta atbilstība līguma noteikumiem;*
  - 4) *atceļ līgumu un atmaksā patērētājam par preci samaksāto naudas summu.*”
- b) PTAL 28.panta otrā daļa nosaka, ka: „*Prece apmaināma vai tās neatbilstība līguma noteikumiem novēršama bez atlīdzības (tajā skaitā bez preces nosūtīšanas, darba, materiālu un citu izmaksu atlīdzināšanas) un saprātīgā termiņā, neradot neērtības patērētājam un ņemot vērā preces raksturu, kā arī paredzamo tās lietošanas nolūku*”.

## 1.2. Līgumiskā garantija

Par garantijas remontu var uzskatīt garantijas saistības attiecībā uz preces remontu patērētāja vai lietotāja priekšā, kas izriet no pirkšanas pārdošanas līguma un tiek izpildītas ar lietotāja dokumentācijā norādītajiem noteikumiem. Šāda līgumiskā garantija var tikt attiecināta gan uz fiziskām, gan juridiskām personām.

Saskaņā ar informāciju, kas Uzraudzības laikā iegūta no tirgus dalībniekiem, ražotājs vai tā pārstāvis vai tehnikas izplatītājs nodrošina garantijas remontu periodā no diviem līdz pieciem gadiem no tehnikas pirkšanas brīža Latvijas teritorijā un/vai gada laikā no pirkšanas brīža ES valstīs. Minēto sauc par ražotāja jeb līgumisko garantiju. Garantijas laiks ir atkarīgs no ražotāja un/vai izplatītāja garantijas un ekspluatācijas noteikumiem vai korporācijas politikas vai mārketinga akcijām. Garantijas remonta pakalpojumi gala patērētājam ir bezmaksas. Par remonta darbiem un par izmantotajām detaļām maksā ražotājs vai tehnikas izplatītājs. Katram ražotājam preces līgumiskās garantijas noteikumi var atšķirties.

PTAL 16.panta pirmā daļa nosaka, ka: „*Garantija ir ražotāja vai pārdevēja bezmaksas apsoliņums atmaksāt patērētājam par preci vai lietu samaksāto naudas summu, apmainīt preci vai lietu pret atbilstošu preci vai lietu, bez atlīdzības novērst preces vai lietas neatbilstību vai veikt citas darbības, ja prece vai lieta neatbilst garantijā vai reklāmā sniegtajam raksturojumam*”. PTAL 16.panta otrā daļa nosaka: „*Garantija dodama rakstveidā, un tajā skaidri norādāmi nosacījumi prasījuma pieteikšanai attiecībā uz garantiju, garantijas termiņš – laikposms, uz kuru attiecināta garantija, kā arī garantijas devēja nosaukums (firma) vai vārds, uzvārds un adrese. Garantijā norāda, ka patērētājam ir noteiktas tiesības saskaņā ar normatīvajiem aktiem un ka garantija šīs tiesības neietekmē. Ja garantija neatbilst šiem noteikumiem, tas neietekmē garantijas derīgumu un patērētājs ir tiesīgs pieprasīt, lai garantija tiktu izpildīta*”. PTAL 16.panta trešā daļa nosaka: „*Garantija ir saistoša tās devējam atbilstoši garantijas dokumenta nosacījumiem un attiecīgajā reklāmā sniegtajai informācijai*”. Līdz ar to līgumiskās garantijas gadījumā tās ir papildu saistības, kuras uzņemas tās devējs, un tās var būt plašākas nekā PTAL noteiktais. Ņemot vērā to, ka garantija ir brīvprātīgs apsoliņums, vienai un tai pašai precei dažādos veikalos var būt dažādi garantijas noteikumi. Līdz ar to ražotāja, pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja rakstisks vai mutisks paziņojums, ka garantija patērētāja izvēlētajai precei vai pakalpojumam ir divi gadi, nav garantija atbilstoši PTAL, jo jau likumā ir noteiktas patērētāju tiesības divu gadu laikā no preces iegādes vai pakalpojuma saņemšanas dienas pieteikt prasījumu par preces vai pakalpojuma trūkumiem.

Šis regulējums būtiski atšķir likumisko garantiju no līgumiskās garantijas, kā arī nosaka garantijas remonta pakalpojumu atšķirību no ārpus garantijas remonta pakalpojumiem.

## 2. Konkrētie tirgi

### 2.1. Konkrētās preces tirgus

Dažādu sadzīves tehnikas remonta servisu viedokļi liecina, ka pārorientēšanās no viena veida sadzīves elektrotehnikas remonta pakalpojumu sniegšanas uz citu ir sarežģīts process. Lai sāktu jaunu pakalpojumu veidu sniegšanu, ir nepieciešami speciālisti, kuri īpaši tam apmācīti un sertificēti, ar specializētām iekārtām un instrumentiem aprīkota darba vieta, jābūt vairākiem pasūtītājiem, attiecīgi vairākiem noslēgtiem līgumiem par šādu pakalpojumu. Līdz ar to sadzīves tehnikas remonta pakalpojumu uzsākšana ir vērtējama kā sarežģīts process, kas saistīts ar dažādiem izdevumiem. Pārorientēšanās iespējama uz citas tehnikas remontu; ir jāievēro, ka ir dažādas sarežģītības pakāpes remontu, piemēram, sīkais remonts (bez rezerves daļu nomaiņas), sarežģītākie remontu (ar rezerves daļu nomaiņu), un atkarībā no tā, kādas sarežģītības pakāpes remonts jāveic, ražotājs servisa instrukcijā norāda remonta veikšanas kārtību un remonta veikšanai nepieciešamās iekārtas.

Tāpat faktori, kuri nosaka remonta pakalpojumu savstarpējo aizvietojamību, ir iekārtu veids un iekārtu zīmols. Ņemot vērā visu augstāk izklāstīto, secināms, ka dažāda veida un zīmolu sadzīves tehnikas remonts (gan garantijas, gan ārpus garantijas remonts) var būt savā starpā neaizvietojami pakalpojumi un veidot atsevišķus konkrētās preces tirgus.

Saskaņā ar Uzraudzībā iegūto informāciju sadzīves elektrotehnikas remonta pakalpojumi iedalās:

- pirmspārdošanas remontā (Ziņojumā tiks saukts par ārpus garantijas remontu).
- garantijas remontā,
- pēcgarantijas remontā (Ziņojumā tiks saukts par ārpus garantijas remontu).

Pastāv divu veidu līgumiskās garantijas remontu atkarībā no tā, kurš piegādes ķēdes dalībnieks apmaksā remonta izdevumus:

- ražotāja garantija – ražotājs apmaksā elektrotehnikas remontu un nodrošina bezmaksas rezerves detaļas remontam vai arī preces apmaiņu noteiktā laika periodā. *„Ražotāja garantijai parasti ir īsāks termiņš un vairāk ierobežojumu nekā pārdevēja garantijai. Piemēram, Canon ražotāja garantija biznesa klases biroja tehnikai ir tikai 21 diena, garantija biznesa klientiem jānodrošina 1 gads, valsts un pašvaldības iestādēm garantija jānodrošina 2 gadi. Tāpat iestājoties garantijas gadījumam (ražotāja garantija ir beigusies) pārdevējam ar saviem līdzekļiem ir jānodrošina līgumā vai likumā noteiktajā termiņā bezmaksas remontu.”*<sup>1</sup>
- pārdevēja garantija – pārdevējs apmaksā elektrotehnikas remontu un nodrošina bezmaksas rezerves detaļas remontam vai arī preces apmaiņu noteiktā laika periodā.

Pēcgarantijas remonts ir servisa centra veiktais preču remonts, kas tiek veikts pēc noteiktā garantijas perioda beigām. Šo pakalpojumu apmaksā patērētājs vai lietotājs.

Bez tam remonts var būt nepieciešams arī garantijas laikā, bet šis remonts var neatbilst garantijas noteikumiem (ja kaut kas salūst paša patērētāja vainas dēļ). Tad šie gadījumi, kā arī pirmspārdošanas remonta un pēcgarantijas remonta gadījumi Ziņojumā tiek saukti par *ārpus garantijas remontu*. Ārpus garantijas remonts kā jēdziens iekļauj sevī visus remontus patērētājam un pārdevējam, kas tiem ir par maksu.

<sup>1</sup> SIA „IB Serviss” 16.04.2012. vēstule Nr.27

Ievērojot minēto pakalpojumu saturu, atbilstoši Uzraudzībā definētajiem mērķiem un uzdevumiem, KP uzskata, ka, lai Uzraudzībā definētu konkrēto tirgu, ir jāsalīdzina kā atsevišķus pakalpojumus garantijas remontu un ārpus garantijas remontus.

Parasti kritēriji, pēc kuriem tiek noteikts, vai remonts veicams kā garantijas remonts, vai tas veicams kā ārpus garantijas remonts par samaksu, ir ražotāja noteikumi, kas aprakstīti ražotāja garantijas talonā vai servisa grāmatiņā. Kritērijus nosaka ražotājs vai pārdevējs savstarpēji noslēgtajos līgumos.

Garantijas un ārpus garantijas remonta pakalpojumi, lai gan pēc būtības var būt vienādi, tomēr būtiski atšķiras pēc to tiesiskā regulējuma, apmaksas sistēmas un principiem, pakalpojuma sniegšanas/saņemšanas ierobežojumiem, kas arī ir noteicošie faktori, kas nosaka minēto pakalpojumu savstarpēju neaizvietojamību no patērētāja un pakalpojuma sniedzēja viedokļa. Secināms, ka garantijas remonta pakalpojumi un ārpus garantijas remonta pakalpojumi veido atsevišķus konkrētās preces tirgus.

Pētot garantijas remonta pakalpojumu tirgu, secināms, ka garantijas pakalpojums ir ražotāja apsolījums gala patērētājiem veikt bezmaksas preces remontu vai apmainīt preci pret ekvivalentu noteiktos gadījumos, līdz ar to rodas jautājums, vai garantijas remonta pakalpojumu tirgus Konkurences likuma (turpmāk – KL) izpratnē var pastāvēt kā atsevišķs tirgus. Garantijas remonta pakalpojums ir bezmaksas pakalpojums patērētājam, taču jāņem vērā, ka pakalpojumam pastāv noteikta vērtība, kura var tikt izteikta naudas vienībās un aprēķināta, pamatojoties uz norēķiniem (apgrozījumiem), kādi pastāv starp neatbilstošas preces ražotāju/izplatītāju un garantijas remonta veicēju, vai arī pamatojoties uz citu labumu vērtību, kurus garantijas remonta veicējs saņem no ražotāja/izplatītāja kā atlīdzību par garantijas remonta veikšanu. Līdz ar to secināms, ka garantijas remonta pakalpojuma tirgus var pastāvēt kā atsevišķs konkrētās preces tirgus. Piedāvājuma pusē ir pakalpojuma sniedzējs (remonta veicējs), pieprasījuma pusē – ražotājs, bet pašu pieprasījumu kā tādu veido gala patērētājs.

## **2.2. Konkrētais ģeogrāfiskais tirgus**

Patērētājs garantijas remontu saskaņā ar normatīvajiem aktiem var pieprasīt ražotājam, pārdevējam vai pakalpojuma sniedzējam. Šie tirgus dalībnieki var atrasties dažādās ģeogrāfiskās teritorijās. Bet no patērētāja viedokļa attālums līdz vietai, kurā tas var pieteikties pakalpojuma saņemšanai, var būt/ir būtisks, lai pieņemtu lēmumu, kurā vietā pieteikties uz garantijas remontu. Saskaņā ar normatīvajiem aktiem garantijas remontu var pieteikt pie ražotāja, pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja tā juridiskajā adresē vai preces iegādes/pakalpojuma saņemšanas adresē. Ņemot vērā, ka sadzīves elektrotehnikas ražotāji galvenokārt atrodas ārvalstīs, patērētājiem nav ērti vērsties pēc garantijas remonta uzreiz pie ražotājiem (valodu, sakaru problēmas). Tāpēc ir pamatoti secināt, ka sākotnēji patērētāji tomēr vērsas pēc garantijas remonta pie pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja, īpaši gadījumos, kad prece tika iegādāta Latvijā. Ja prece ir iegādāta Latvijā veikalā vai interneta veikalā, patērētāji, pirmkārt, vērsīsies pie pārdevēja vai potenciālā garantijas remonta sniedzēja, kas atrodas ērti sasniedzamā vietā – izvēloties vietu pēc līdzīgiem principiem, kā viņi bija izvēlējušies vietu, kur iegādāties preci. Ir pamatoti uzskatīt, ka attiecībā uz preces realizāciju veikalos teritorijas robežas, kurā pircējs visdrīzāk gribētu iegādāties preci (un attiecīgi – pieteikties uz garantijas remonta pakalpojuma saņemšanu), ir pilsētas teritorija, kur patērētājs dzīvo/veic savas ikdienas darbības. Jo dārgāka prece, jo tālāku ceļu būtu gatavs veikt patērētājs, meklējot preces alternatīvu. Attiecībā uz garantijas remonta pakalpojumu – patērētājs izvēlēsies tuvāko pakalpojuma sniedzēju.

Par precēm, kuras iegādātas caur internetu var ārzemēs, attiecībā uz garantijas remontu loģiski pieņemt, ka patērētāja uzvedība būtu līdzīga – vērsties pēc garantijas remonta pie

pakalpojuma sniedzēja pēc norādēm garantijas talonā. Ja prece ir iegādāta caur internetu vai ārzemēs, patērētājs visdrīzāk vērsīsies pēc remonta pie tuvāka pakalpojuma sniedzēja.

No piegādātāja (garantijas remonta pakalpojumu sniedzēja) viedokļa teorētiski var apkalpot visus patērētājus, kas pie viņiem vērsas, kā arī visus ražotājus. Šajā ziņā piegādātājus var ierobežot tikai līgums ar ražotāju, kas varētu būt mākslīga barjera, ko KP ir pētījusi šīs Uzraudzības ietvaros. Tāpat kavēklis varētu būt kādas tehniskas iespējas veikt kādu īpašu remontu.

Ja jautājumu aplūko no patērētāja viedokļa, tad ģeogrāfisko tirgu var noteikt kā Latviju vai kā mazāku teritoriju atkarībā no tā, kāds ir servisa punktu izvietojums valstī un kādas izmaksas būtu patērētājam, lai sasniegtu šo servisa punktu. Līdz ar to, ievērojot pārklāšanos, konkrētais ģeogrāfiskais tirgus var tikt definēts kā Latvijas teritorija vai reģions, piemēram Kurzemes reģions, vai pilsētas teritorija. Savukārt no piegādes viedokļa pētāmās problēmas kontekstā – ražotāju noteiktie vertikālie teritoriālie ierobežojumi garantijas remonta pakalpojumu sniegšanai un to ietekme uz konkurenci – ierobežojumi netiek noteikti attiecībā uz teritoriju, kas būtu šaurāka par Latviju. Turklāt, runājot konkrēti par mobilajiem tālruņiem, garantijas remonta pakalpojumu jomā tiek praktizēts, ka pārdevējs, pie kura vērsas patērētājs pēc garantijas remonta, pats nosūta bojāto precī pakalpojuma sniedzējam, līdz ar to patērētājam attālumš līdz vietai, kur reāli remonts notiks, nav svarīgs. Tāpēc mobilo tālruņu gadījumā kā ģeogrāfisko tirgu ir pamats noteikt Latviju, bet citām iekārtām tas jāvērtē individuāli atkarībā no iekārtas veida un, iespējams, arī zīmola.

### **2.3. Secinājumi**

Uzraudzības sākumā KP plānoja izpēti veikt tikai attiecībā uz mobilo tālruņu garantijas remonta pakalpojumiem. Uzraudzības ietvaros iegūtā informācija par sadzīves tehnikas garantijas remonta pakalpojumiem liecina, ka garantijas remonta pakalpojumu (tieši mobilajiem tālruņiem) jomā konkurentu skaits ir neliels. Līdz ar to turpmāk Ziņojumā, līdztekus teorētiskai informācijai par normatīvo regulējumu, kas attiecas uz dažādām sadzīves elektronikas precēm, tiks atsevišķi analizēta informācija tieši par mobilajiem tālruņiem. Veicot Uzraudzību, konstatēts, ka mobilo tālruņu garantijas remonta un mobilo tālruņu ārpus garantijas remonta pakalpojumu sniedzēji ar citu iekārtu remontu nenodarbojas. Līdz ar to mobilo tālruņu garantijas remonta pakalpojumi un mobilo tālruņu ārpus garantijas remonta pakalpojumi no pārējām sadzīves un audio/video tehnikas remonta pakalpojumiem ir nodalāmi kā divi atsevišķi preces tirgi.

Tāpat Uzraudzības ietvaros veiktie novērojumi liecina, ka par atsevišķiem konkrētās preces tirgiem nosakāmi arī datoru, portatīvo datoru garantijas remonta un ārpus garantijas remonta pakalpojumu tirgi. Tas pats ir attiecināms uz foto tehnikas un biroja tehnikas remontu. Bez tam Uzraudzības ietvaros tika iegūti ražotāju un remontu veicēju līgumi par citu sadzīves tehnikas veidu remontu, un tie tika izvērtēti no konkurences viedokļa, nedefinējot konkrētos tirgus pēc iekārtu veida un zīmola, ievērojot, ka kopumā faktori, kas ietekmē konkrētās preces tirgus definēšanu, ir noskaidroti.

## **3. Tirgus barjeras**

### **3.1. Ārpus garantijas pakalpojumu tirgus**

Uzraudzības laikā iegūtā informācija neliecina, ka darbības uzsākšanai jeb ieiešanai ārpus garantijas remonta pakalpojumu tirgū pastāvētu kādi būtiski un specifiski šķēršļi, izņemot tos, kuri ir saistīti ar kvalificēta darba spēka apmācīšanu un jauno tehnoloģiju apgūšanu, lai veiktu remonta pakalpojumus.

### 3.2. Garantijas pakalpojumu tirgus

Uzraudzības ietvaros nav konstatēti kādi būtiski atšķirīgi apstākļi no tiem, kas minēti 3.1.punktā. Uzraudzības ietvaros aptaujātie tirgus dalībnieki kā šķēršļus garantijas remonta pakalpojuma uzsākšanai nosauca (1) kvalificēta darba spēka apmācīšanu, jauno tehnoloģiju apgūšanu, lai veiktu remonta pakalpojumus, un (2) nepieciešamā autorizācijas iegūšanu (t.i., līguma noslēgšana ar ražotāju), lai varētu veikt attiecīgo ierīču remontu. Uzraudzības ietvaros netika noskaidrots, pēc kādiem kritērijiem vadās ražotāji, izvēloties sadarbības partnerus-garantijas remonta pakalpojumu sniedzējus. KP uzskata, ka par barjeru var uzskatīt arī faktu, ka nacionālais tirgus ir mazs un atdeve no investīcijām, lai tajā uzsāktu darbību, var būt tik maza (samērīgajā periodā), ka var atturēt no ienākšanas tirgū.

## 4. Konkurences līmeņa analīze

Uzraudzības ietvaros iegūtā informācija liecina, ka nepastāv būtiskas atšķirības starp garantijas remonta pakalpojumu un ārpus garantijas remonta pakalpojumu sniegšanas tirgus dalībniekiem, jo, ja pakalpojumu sniedzējs veic garantijas remontu, tas vienlaicīgi sniedz arī ārpus garantijas remonta pakalpojumus tāda paša zīmola sadzīves tehnikai.

Tomēr no tirgus struktūras viedokļa starp šiem diviem konkrētās preces tirgiem pastāv būtiskas atšķirības. Jo ārpus garantijas remontu var veikt daudzi, bet garantijas remontu, piemēram, mobilajiem tālruņiem, var veikt tikai daži autorizētie servisi. Katras sadzīves tehnikas vai iekārtas gadījumā situācija var būt atšķirīga un tā ir jāvērtē pa iekārtu veidiem.

Tomēr saskaņā ar Uzraudzībā noskaidroto redzams, ka pakalpojumu sniedzēji ārpus garantijas remonta pakalpojumus cenšas sniegt plašākam tehnikas zīmolu skaitam. Uzraudzībā iegūtā informācija liecina, ka ražotāji nodod garantijas remonta tiesības lieliem servisiem, atņemot tādā veidā mazākiem servisiem tiesības veikt remontus. Bet, ja servisa centrs nav autorizēts no ražotāja puses, tam nav piekļuves servisa dokumentācijai, rezerves daļu pasūtīšanai, kā arī nav remonta veikšanai nepieciešamo iekārtu, un tādējādi tas nevar veikt kvalitatīvu garantijas remontu, kā arī ārpus garantijas remontu.

## 5. Tirgus dalībnieki un struktūra

### 5.1. Sadzīves tehnikas garantijas un ārpus garantijas remonta pakalpojumu sniedzēji

Garantijas un ārpus garantijas remonta pakalpojumu sniedzēji, kas nodrošina pakalpojumus Latvijas patērētājiem, ir: SIA „Elkor Serviss”, SIA „Elektronika-Serviss”, SIA „General Serviss”, SIA „ServiceNet LV”, SIA „Abris Serviss”, SIA „Proline D”, SIA „AVT Multimediju serviss”, SIA „IB Serviss”, SIA „Cendi”, SIA „Dommax”, SIA „Sateks R”, SIA „Primulator”, SIA „Melnā Kafija”, SIA „Euronics”, SIA „Markit”, SIA „Inter Riga”, UAB Konica Minolta, SIA „Birotech”, SIA „Office day”, SIA „IT Latvija”, SIA „Tomega”, SIA „MGE”, SIA „Datacom”, SIA „Digitālo iespēju pasaule”, SIA „4print” (uzņēmumu/komersabiedrību uzskaitījums attiecas uz dažāda veida sadzīves tehniku). Bez minētajām komersabiedrībām garantijas un ārpus garantijas remonta pakalpojumus Latvijā sniedza arī daudzas citas komersabiedrības.

Kā mazāk spēcīgi konkurenti tika nosaukti SIA „Aira B”, SIA „DD Serviss”, SIA „Servo”, SIA „Aktivserviss”.

KP no atsevišķiem tirgus dalībniekiem ieguva un izvērtēja informāciju par kopējo remonta pakalpojumu un garantijas remonta pakalpojumu apgrozījumu 2010. un 2011. gadā.

Kā kopējās tendences garantijas remonta pakalpojumu tirgū pieminamas, ka visiem apzinātiem tirgus dalībniekiem 2011.gadā salīdzinājumā ar 2010.gadu ir samazinājies apgrozījums no garantijas remontu pakalpojumu sniegšanas, kaut gan tirgus dalībnieku kopējā remonta pakalpojuma apjomā ieņēmumu no garantijas remonta īpatsvars mainījās dažādi (piemēram, SIA „Elektronika-Serviss” apgrozījums samazinājās aptuveni 2% robežās, bet SIA „Elkor Serviss” – pieauga aptuveni 15% robežās). Kopējā apgrozījuma tendences no visiem remonta pakalpojumiem ir atšķirīgas, jo dažiem tirgus dalībniekiem kopējais apgrozījums ir samazinājies, bet citiem palielinājies. Garantijas remonta pakalpojumu jomas tendence – ražotāji nodod sadarbības tiesības lielo servisu rokās, vai arī nodod garantijas servisa tiesības atsevišķam vienam autorizētam servisam, līdz ar to konkurences iespējas šādā gadījumā ir vērtējamas kā ierobežotas.

Kopējās tendences ārpus garantijas remonta pakalpojumu tirgus: liels tirgus dalībnieku skaits, daudz individuālo darbu veicēju un meistaruru, servisi konkurences saasināšanās dēļ gatavi remontēt pēc iespējas plašāku tehnikas un zīmolu klāstu, stipra konkurence. Lielāko servisu ārpus garantijas remonta apgrozījuma apjomi ir nedaudz palielinājušies, mazākiem servisiem apgrozījuma apjomi ir nedaudz krituši. Servisa punkti atrodas arī ārpus Rīgas, bet katram pakalpojuma sniedzējam vismaz viens punkts atrodas Rīgā.

## 5.2. Mobilo tālruņu garantijas un ārpus garantijas remonta pakalpojumi

Uzraudzības gaitā konstatēts, ka pastāv divi vadošie mobilo tālruņu garantijas un ārpus garantijas remonta pakalpojumu sniedzēji. Lielākais mobilo tālruņu garantijas un ārpus garantijas remonta pakalpojumu sniedzējs ir SIA „MMTC Latvija”, bet otrs lielākais ir SIA „DT Mobile”. Pastāv vēl daži nelieli tirgus dalībnieki.

Augstāk nosauktās komercsabiedrības ir autorizētie mobilo tālruņu servisa centri Latvijā. Autorizēts mobilo tālruņu servisa centrs ir juridiska persona, kura ar mobilo tālruņu ražotāju ir noslēgusi sadarbības līgumu par tiesībām veikt garantijas remontu attiecīgā ražotāja produkcijai, konkrētā gadījumā – mobilajiem tālruņiem. Starp autorizētajiem mobilo tālruņu garantijas remonta pakalpojumu sniedzējiem, KP ieskatā, konkurence pastāv, lai gan tā nav ļoti sīva, jo pastāv tikai divi lieli autorizēti servisa centri un daži nelieli tirgus dalībnieki. Attiecīgi tirgus struktūra ir tuva duopolistiskai.

SIA „DT Mobile” norādīja, ka konkurenti, kuri nodarbojas ar mobilo tālruņu garantijas un arī ārpus garantijas remontu, ir SIA „MTTC Latvija”, SIA „Reveal”, SIA „Pērkons un dēli” un IK „Beeline”.

Kā tirgus dalībnieki, kuri nodarbojas ar mobilo tālruņu ārpus garantijas remontu, tika nosaukti: SIA „MEK Mobile Monsters”, IK „Remob.lv AFK”, SIA „Telepit”, SIA „DM Centrs”, SIA „LMIC”, SIA „Mobilix”, SIA „K2M”, SIA „Service Mobile” un vairāki desmiti citu mazu servisu visā Latvijā.

Tabula Nr.1 **Divu lielāko autorizēto mobilo tālruņu remonta pakalpojumu sniedzēju darbības spektra (apkalpojamo zīmolu) salīdzinājums<sup>2</sup>**

	<b>SIA „MTTC Latvija”</b>	<b>SIA „DT Mobile”</b>
Markas	Veic/neveic garantiju	Veic/neveic garantiju
<b>Apple iPhone</b>	-	+
<b>Nokia</b>	+	+
<b>Samsung</b>	+	+

<sup>2</sup> Pamatojoties uz tirgus dalībnieku sniegto informāciju



<b>SonyEricsson</b>	+	+
<b>LG</b>	+	+
<b>Motorola</b>	+	-
<b>Huawei</b>	+	+
<b>HTC</b>	-	+
<b>Just 5</b>	+	-
<b>ZTE</b>	+	-

Secinājumi par mobilo tālruņu garantijas remonta veikšanas nosacījumiem: dažos gadījumos SIA „DT Mobile” un SIA „MTTC Latvija” neveic garantijas remonta pakalpojumus, un tas ir saistīts, pēc tirgus dalībnieku sniegtās informācijas, ar tehniskām problēmām. Šajos gadījumos iekārtas tiek nosūtītas uzņēmumam kaimiņvalstī, kas šo pakalpojumu nodrošina. Citos gadījumos garantijas remonts var tikt atteikts, jo iekārta ir iegādāta ārpus ES teritorijas. Tā kā garantijas remonta nodrošināšana ir svarīgs faktors patērētājiem, kad tie pieņem lēmumu par pirkumu konkrētajā vietā, tad patērētājs var atteikties no mobilā tālruņa pirkuma ārpus ES, ievērojot to, ka garantijas pakalpojums Latvijā var tikt atteikts. Tādējādi ES teritorijā esošajiem pārdevējiem tiek nodrošināta priekšrocība, salīdzinot ar pārdevējiem, kas atrodas ārpus ES.

Savukārt paši tirgus dalībnieki konkurences situāciju mobilo tālruņu remonta pakalpojumu tirgū raksturo atšķirīgi. Viens no tirgus dalībniekiem uzskata, ka valda ļoti sīva konkurence. Ienākšanai tirgū šķēršļu nav, nav nepieciešamas nekādas atļaujas, licences. Ārpus garantijas remonta pakalpojumu tirgū ir ļoti liels skaits tirgus dalībnieku. Ņemot vērā Latvijas nelielo tirgu, tirgus dalībnieks uzskata, ka valda ļoti sīva konkurence.

Otrs lielākais tirgus dalībnieks uzskata, ka konkurence nav sīva un Latvijā pastāv tikai divi autorizētie servisa centri. Katrs servisa centrs strādā ar saviem sadarbības partneriem.

## 6. Tirgus dalībnieku viedokļi par konkurences līmeni citas sadzīves tehnikas remonta pakalpojumu tirgū

Tirgus dalībnieki konkurē ar kvalitāti, pakalpojuma pieejamību patērētājiem un pakalpojuma sniegšanas termiņiem. Daži tirgus dalībnieki konkurenci raksturoja kā augstu, jo to varot secināt pēc uzņēmumu skaita, kuri nodarbojoties ar iekārtu garantijas remonta pakalpojumiem, turklāt daudzi uzņēmumi vēl nodarbojoties ar ārpus garantijas remonta pakalpojumiem. Tomēr, salīdzinot ar pirmskrīzes gadiem, pieprasījums pēc (garantijas vai/un ārpus garantijas) remonta pakalpojuma un sniegto pakalpojumu skaits esot stipri krities.

Viens no tirgus dalībniekiem norādīja, ka konkurence sadzīves elektrotehnikas ārpus garantijas tirgū raksturojama kā sīva, jo ir salīdzinoši daudz firmu un individuālo komersantu/pašnodarbināto personu, kuri tirgū piedāvā šādus pakalpojumus, un patērētājiem tas sniedz lielu izvēles iespēju.

Cits tirgus dalībnieks norādīja, ka ārpus garantijas remonta pakalpojumu sniegšanas tirgū konkurence ir ļoti sīva. Tirgū darbojas vairāk nekā 30 uzņēmumi, kas nodarbojas ar remonta pakalpojumiem. Tirgū darbojas arī liels skaits individuālo servisa meistaruru. Internetā ir brīvi pieejamas servisa rokasgrāmatas, kā arī liels oriģinālo un neoriģinālo detaļu piedāvājums no daudzām Latvijas un ārzemju firmām. Preču garantijas nodrošināšanai ražotāji ir izvēlējušies neatkarīgus servisa partnerus, kas veic garantijas remontus. Vairākumam ražotāju ir viens servisa partneris Latvijā, kas nodrošina garantijas servisu.

Atsevišķi tirgus dalībnieki norādīja, ka bieži ir sastopami gadījumi, ka ir tikai viens servisa centrs, kuru ražotājs autorizējis garantijas un ārpus garantijas remonta pakalpojumu sniegšanai.

KP, iepazīstoties ar situāciju garantijas un ārpus garantijas remonta pakalpojumu tirgos, secina, ka atkarībā no iekārtu veida un zīmola konkurences situācija ārpus garantijas remonta pakalpojumu tirgū atšķiras. Par ārpus garantijas remonta pakalpojumiem kopumā var secināt, ka konkurence ir pietiekoša, iespējams, pastāv izņēmumi konkrētām iekārtām un zīmoliem.

Attiecībā uz garantijas remonta pakalpojumiem konkurence nav sīva. KP uzskata, ka tirgus dalībnieki konkurē galvenokārt par to, lai iegūtu sadarbības tiesības jeb noslēgtu attiecīgus autorizētos sadarbības līgumus ar ražotājiem, kas servisiem nodrošina iespēju sniegt garantijas pakalpojumu. Līdz ar to cīņa nenotiek tieši par patērētāju, cīņa par patērētāju notiek caur autorizētajiem sadarbības līgumiem. Norēķini šajā tirgū notiek starp ražotāju un pakalpojuma sniedzēju, tātad ar cenu patērētāju pievilināt nevar. Līdz ar to KP vērtējumā noteicošais faktors pakalpojuma sniegšanai ir kvalitāte. Jāņem vērā, ka patērētāji ir maz informēti par garantijas pakalpojumiem un to izmaksām. Turklāt pakalpojumi ir ļoti diferencēti, tātad patērētājam nekas cits neatliek, kā paļauties un uzticēties servisam. Normālā situācijā patērētājs uz kaimiņvalstīm (Lietuvu vai Igauniju) pats nebrauks, lai salabotu mobilo tālruni vai citu sadzīves preci. Līdz ar to KP secina, ka konkurence garantijas remonta pakalpojumu tirgū ir ierobežota. Konkurence notiek starp ražotājiem, cenšoties saražot tādu preci, lai nebūtu vajadzības pēc remonta, jo, ja patērētājs vienu reizi būs neapmierināts ar izvēlēto zīmolu preci, otro reizi var izvēlēties pirkt citu zīmolu. Līdz ar to garantijas remonta pakalpojums ir kā viens no ražotāju (un atsevišķos gadījumos – pārdevēju) savstarpējas konkurences elementiem. Ja garantijas remonta pakalpojumu tirgus apjoms samazinās, bet nesamazinās realizēto preču tirgus, tas nozīmē, ka tiek saražota kvalitatīvāka prece.

Atsevišķu zīmolu gadījumos pastāv tikai viens autorizētais remonta serviss, līdz ar to konkurence garantijas remonta tirgū ir ierobežota.

Attiecībā uz mobilo tālrunu garantijas remonta pakalpojumu sniedzējiem jāsecina, ka garantijas remonta jomā konkurence nav liela un tirgus ir raksturojams kā oligopolistisks, jo ir tikai daži (līdz 5) konkurenti (tirgus dalībnieki) Latvijā, kuri veic mobilo telefonu garantijas remontu.

Ārpus garantijas remonta tirgū, attiecībā uz mobilajiem tālruņiem ir konstatējams liels skaits ārpus garantijas remonta pakalpojumu sniedzēju.

## 7. Tirgus dalībnieku darbību atbilstības KL normām analīze

KP, ievērojot tirgus īpatnības (sk. sadaļu „Uzraudzības mērķis”), izvirzīja hipotēzi, ka garantijas remonta pakalpojuma sniegšanas nosacījumi var ietekmēt konkurenci un ierobežot patērētāju iespējas iegūt labumus no tās. Jāņem vērā, ka ES konkurences tiesību normām pastāv duāli mērķi. Tā, piemēram, cenu atšķirības dažādās valstīs rada iespējas attīstīties paralēlajam importam. Šāda paralēlā tirdzniecība var novērst cenu diskriminācijas gadījumus un pieļauj novērtēt atšķirības starp dažādiem tirgiem. Līdz ar to rodas jautājums, vai atšķirīgā cenu pieeja dažādās valstīs var vairojot patērētājiem labumu (jo acīmredzami, ka vienā valstī patērētāji maksās vairāk nekā citā valstī). Vispārējais secinājums ir šāds: ja cenu diskriminācija/atšķirības dažādās valstīs noved pie produkcijas izlaides vai realizācijas palielināšanās, tad patērētāja labums ir lielāks nekā no vienādas unificētas cenas pielietošanas un tad šāda atšķirīga cenu stratēģija diez vai varēs kaitēt patērētājam.

Līdzīgi arī Uzraudzības ietvaros KP pārbaudīja teritoriālā ierobežojuma nozīmi līgumos, proti, vai šāda teritoriālā ierobežojuma pastāvēšana ir saistīta ar kādiem labumiem vai

ierobežojumiem patērētājiem. Teritoriālie ierobežojumi, kuri ietverti autorizēto servisa līgumu, ražotāju un pārdevēju līgumos, var radīt šķēršļus patērētājiem saņemt garantijas remonta pakalpojumu atkarībā no atšķirīgiem izplatīšanas kanāliem.

Uzraudzībā tika konstatēts, ka vairāku ražotāju/izplatītāju un remonta servisu tehniskās apkalpošanas līgumos ir ietverti noteikumi, kas nosaka, ka garantijas remonts tiek veikts precei, kas iegādāta noteiktā (konkrētā) izplatīšanas kanāla vai tikai Latvijas vai Baltijas teritorijas veikalos. Lai gan liela daļa no aptaujātajiem servisa centriem apgalvoja, ka veic garantijas remontu arī tādai precei, kas iegādāta ārpus Latvijas, tirgus dalībnieku atbildēs sniegtā informācija nonāk pretrunā ar līgumos noteikto.

Ar šādiem ierobežojošiem garantijas remonta noteikumiem patērētājiem tiek netieši ierobežotas iespējas iegādāties preces ārpus Latvijas/Baltijas valstīm, jo patērētājs, uzzinot, ka ārpus Latvijas/Baltijas valstīm nopirkta precei garantijas remonts nav paredzēts, var atteikties no pirkuma ārpus minētās teritorijās, pat ja preces cena ir zemāka. Tāpat šādi noteikumi var ietekmēt piedāvājuma „alternatīvajā” jeb „neoficiālajā” izplatīšanas kanālā Latvijā konkurētspēju (šajā gadījumā ja „alternatīvais” vairumtirgotājs iepērk preci ne Latvijā, tas riskē ar to, ka, ja patērētājs pieteiks preci garantijas remontam, no ražotāja varētu būt problemātiski atgūt atlīdzību par servisa pakalpojuma izmantošanu). Šis jautājums patērētājam ir īpaši būtisks, ja ārpus minētās teritorijas vai „alternatīvajā” kanālā preci var iegādāties lētāk. Tādējādi teritoriālie ierobežojumi, kuri ir iekļauti līgumos starp ražotājiem/izplatītājiem un remonta servisiem, ir uzskatāmi par konkurenci ierobežojošiem.

Bez papildu apstākļu izpētes, kura prasītu ievērojamos resursus, KP nebija iespējams konstatēt, vai tirgū noticis pārkāpums, tāpēc, lai iespējamus draudus novērstu pēc iespējas ātri, KP apzināja un uzrunāja uzņēmumus, kuru līgumos iekļautie ierobežojumi, iespējams, varētu tikt atzīti par konkurences tiesību pārkāpumiem, un deva tiem noteiktu laiku (līdz 01.02.2013.) situācijas sakārtošanai, pusēm izmainot pirmšķietami ierobežojošos līguma noteikumus, nosakot, ka garantijas remonts jānodrošina neatkarīgi no tā, kurā valstī prece ir iegādāta un arī tādām precēm, kuras iegādātas paralēlajos kanālos.

Vienlaicīgi KP vērs uzmanību uz līdzīgiem gadījumiem, kuri ir izskatīti, piemēram, Somijas konkurences institūcijā<sup>3</sup> (Nicon Nordic AB pārkāpuma lieta) par LESD 101.panta pārkāpumu.

Uzraudzības ietvaros tika secināts, ka garantijas remonta pakalpojumu ierobežojumi var ietekmēt arī konkurenci publiskajos iepirkumos. Publisko iepirkumu konkursu ietvaros par iekārtu piegādi konkursu nolikumos pretendentiem izvirzītās prasības mēdz būt tādas, kas kopsakarā ar pastāvošajiem garantijas remonta pakalpojumu ierobežojumiem uzskatāmas par pretendentu loku ierobežojošām un var kavēt konkurenci. Piemēram:

- pretendentam jāiesniedz piedāvātās tehnikas ražotāju (ražotāju pārstāvniecības) izsniegti apliecinājumi vai citi dokumenti, kas apliecina faktu, ka pretendenta piedāvātajai teknikai ir vismaz viens ražotāja servisa centrs, kurš bez maksas veiks ražotāja garantijas saistību izpildi piegādātāja pārdotajām precēm;
- pretendentam jāiesniedz ražotāja apliecinājums vai tam pielīdzināms dokuments (t.sk. attiecīgās biroja tehnikas autorizēta servisa centra apliecinājums), kas apliecina, ka garantijas saistības uz piegādāto biroja tehniku pretendenta maksātspējas, likvidācijas vai pilnvarojuma pārtraukšanas dēļ bez maksas uzņemsies ražotāja servisa centrs Latvijas Republikā vai, ja pretendents ir pats biroja tehnikas ražotājs, tad saistības biroja tehnikas

---

<sup>3</sup> <http://www.kilpailuvirasto.fi/cgi-bin/english.cgi?luku=news-archive&siivu=news/n-2006-05-12>

ražotāja apjomā uzņemsies cita juridiska persona, ražotāja preces standarta garantijas nosacījumu ietvaros.

KP ieskatā šādu prasību piemērošana par spēju nodrošināt garantijas remontu ir pamatota, bet pastāvošie garantijas remonta pakalpojuma ierobežojumi noved pie situācijas, ka pretendentu skaits, kuri var apliecināt savu spēju nodrošināt garantijas remontu, var būt ierobežots. Var būt situācija, kad preces tiek piedāvātas no paralēlā importa kanāla, bet, pastāvot garantijas remonta pakalpojuma ierobežojumiem, „paralēlais” piegādātājs var nebūt pārliecināts par savām spējām nodrošināt garantijas remontu vai arī tam pašam būs jāuzņemas remonta izmaksas, kaut gan gadījumā ar piegādātāju no „oficiālā” izplatīšanas kanāla šīs izmaksas, visdrīzāk, segs ražotājs.