



Konkurences padome

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

L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 4

(Prot. Nr. 6, 2.§)

2020. gada 20. februāris

Par tirgus dalībnieku apvienošanu

Lieta Nr. KL\2.2-4\19\22

Par SIA "BITE Latvija" izšķirošas ietekmes iegūšanu pār SIA "Baltcom"

SATURA RĀDĪTĀJS

I	APVIENOŠANĀS DALĪBNIKI	2
1.	SIA "BITE Latvija"	2
2.	SIA "Baltcom"	3
II	APVIENOŠANĀS VEIDS	3
III	KONKRĒTIE TIRGI UN APVIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IETEKMĒTIE TIRGI.....	4
3.	Balss telefonijas fiksētā elektronisko sakaru tīklā pakalpojumu tirgus	5
4.	Interneta pieslēguma un datu pārraides pakalpojumu tirgus	6
5.	Maksas televīzijas izplatīšanas mazumtirdzniecības tirgus.....	7
6.	Televīzijas izplatīšanas vairumtirdzniecības tirgus	8
IV	APVIENOŠANĀS IETEKMES UZ KONKURENCI IZVĒRTĒJUMS	9
7.	Balss telefonijas fiksētā elektronisko sakaru tīklā pakalpojumu tirgus	9
8.	Interneta pieslēguma un datu pārraides pakalpojumu tirgus	11
9.	Maksas televīzijas izplatīšanas mazumtirdzniecības tirgus.....	12
10.	Televīzijas programmu vairumtirdzniecības tirgus	16
	<i>Apvienošanās ietekmes novērtējums</i>	<i>16</i>
	<i>Secinājumi par ietekmi uz konkurenci</i>	<i>18</i>

- 1 Konkurences padome (turpmāk – KP) 21.10.2019. saņēma SIA “BITE Latvija” (turpmāk – Bite) ziņojumu un papildu informāciju par tirgus dalībnieku apvienošanos (turpmāk – Ziņojums), Bite iegūstot vienpersonisku izšķirošu ietekmi pār SIA “Baltcom”. Atbilstoši Ministru kabineta 29.09.2008. noteikumu Nr. 800 “Kārtība, kādā iesniedz un izskata pilno un saīsināto ziņojumu par tirgus dalībnieku apvienošanos” (turpmāk – Noteikumi Nr. 800) 4. punktam par pilna Ziņojuma iesniegšanas dienu ir uzskatāms 21.10.2019.
- 2 Apvienošanās dalībnieku kopējais neto apgrozījums Latvijas teritorijā pārsniedz Konkurences likuma (turpmāk – KL) 15. panta otrajā daļā noteikto sliekšni 30 000 00 EUR, kā arī vismaz diviem no apvienošanās dalībniekiem apgrozījums nav bijis mazāks par 1 500 000 EUR, līdz ar to konkrētā apvienošanās ir paziņojama KP.

I APVIENOŠANĀS DALĪBNIEMI

1. SIA “BITE Latvija”

- 3 Bite ir Latvijas Republikas Komercreģistrā reģistrēta sabiedrība ar ierobežotu atbildību ar vienoto reģistrācijas Nr. 40003742426, tās juridiskā adrese – Uriekstes iela 2a-24, Rīga, LV-1005. Uzņēmums ir publiskais mobilais sakaru operators Latvijas Republikā, kas veic priekšapmaksas un pēc apmaksas mobilo sakaru pakalpojumus, mobilā interneta un datu pārraides pakalpojumus.
- 4 100% no Bite pamatkapitāla pieder UAB Bitė Lietuva (turpmāk – Bite Lietuva). Bite Lietuva ir Lietuvas Republikas Komercreģistrā reģistrēta sabiedrība ar ierobežotu atbildību ar vienoto reģistrācijas Nr.110688998, tās juridiskā adrese – Žemaitės g. 15, LT-03118 Viļņa, Lietuva. Bite Lietuva ir publisko mobilo sakaru operators, kurš sniedz arī priekšapmaksas un pēc apmaksas mobilo sakaru pakalpojumus, mobilā interneta un datu pārraides pakalpojumus.
- 5 100% no Bite Lietuva pamatkapitāla pieder Nīderlandē reģistrētai holdinga sabiedrībai Bite Finance International B.V., kuras darbības veids ir pārvaldes pakalpojumi. Savukārt Bite Finance International B.V. pieder saistītu uzņēmumu grupai (vairāki holdingi Nīderlandē un Luksemburgā), ko kontrolē Providence Equity Partners LLC (ASV investīciju fonds, kas pārvalda virkni aktīvu vairākās pasaules valstīs) (turpmāk – Providence). Rezultātā kontroli pār Bite Lietuva īsteno Providence.
- 6 Providence caur Bite Lietuva kontrolē šādas sabiedrības Latvijā:
- 7 SIA “All Media Latvia” (turpmāk – AML) ir Latvijas Republikas Komercreģistrā reģistrēta sabiedrība ar ierobežotu atbildību ar vienoto reģistrācijas Nr. 40103065880, tās juridiskā adrese – Dzelzavas iela 120G, Rīga, LV-1021. AML nodrošina televīzijas kanālu TV3, LNT, TV6, “Kanāls 2” un 3+, kā arī Latvijas video portāla “TVPlay” un ziņu un izklaides portāla “Skaties.lv” producēšanu un vairumtirdzniecību Latvijā. Bite Lietuva pieder 100% no AML kapitāldaļām.
- 8 AML pieder 100% no SIA “Star FM” (turpmāk – Star FM) un SIA “Smart AD” (turpmāk – Smart AD) kapitāldaļām. Star FM ir Latvijas Republikas Komercreģistrā reģistrēta sabiedrība ar ierobežotu atbildību ar vienoto reģistrācijas Nr.40003163456, tās juridiskā adrese – Dzelzavas iela 120G, Rīga, LV-1021. Star FM ir radiostacija, kas pieejama visā Latvijā. Savukārt SIA “Smart AD” ir Latvijas Republikas Komercreģistrā reģistrēta sabiedrība ar reģistrācijas Nr. 40103262814, tās juridiskā adrese – Dzelzavas iela 120G, Rīga, LV-1021. Smart AD piedāvā reklāmas pakalpojumus un starpniecību reklāmu izvietojšanai plašsaziņas līdzekļos.
- 9 AS TV Play Baltics Latvijas filiāle¹ (turpmāk – TV Play Baltics) ir ārvalsts komersanta filiāle ar reģistrācijas Nr. 40103238282, tās juridiskā adrese – Dzelzavas iela 120G, Rīga, LV-1021.

¹ AS TV Play Baltics ir Igaunijas Republikā reģistrēta sabiedrība, kas Latvijā darbojas, izmantojot Latvijas Republikas Komercreģistrā reģistrētu filiāli:

TV Play Baltics izplata galalietotājiem maksas televīzijas programmu paketes, izmantojot satelīta platformu, kā arī darbojas kā programmu TV 1000 Premium, TV Play Sports, TV Play Sports+ vairumtirdzniecības izplatītājs, kā arī piedāvā video pēc pieprasījuma (VOD) platformu Go3. Go3 nodrošina tiešsaistē televīzijas, filmu un sporta pārraides. 100% TV Play Baltics akcijas pieder Bite Lietuva.

- 10 SIA "BITE Latvija Retail" (turpmāk – Bite Latvija Retail) ir Latvijas Republikas Komercreģistrā reģistrēta sabiedrība ar ierobežotu atbildību ar vienoto reģistrācijas Nr.50003802801, tās juridiskā adrese – Uriekstes iela 2a-22, Rīga, LV-1005. Bite Latvija Retail darbības veids ir mobilo telefonu, planšetdatoru, šo ierīču un citu aksesuāru tirdzniecība Bite veikalos. 100% Bite Latvija Retail daļu pieder UAB Bitēs salonu tīkls. Savukārt 100% UAB Bitēs salonu tīkls kapitāldaļu pieder Bite Lietuva.
- 11 Bite realizē izšķirošu ietekmi pār šādām sabiedrībām:
- 12 SIA "UNISTARS" (turpmāk – Unistars) ir Latvijas Republikas Komercreģistrā reģistrēta sabiedrība ar ierobežotu atbildību ar vienoto reģistrācijas Nr.40003482318, tās juridiskā adrese – Brīvības iela 97, Rīga, LV-1001. Unistars ir telekomunikāciju un informācijas tehnoloģiju (turpmāk – IT) pakalpojumu uzņēmums, kas sniedz balss telefonijas, interneta un datu pārraides pakalpojumus fiksētajā tīklā, kā arī dažādus IT papildpakalpojumus, pamatā koncentrējoties uz korporatīvajiem klientiem. 100% Unistars kapitāldaļu pieder Bite.
- 13 SIA "TeleTower" (turpmāk – TeleTower) ir Latvijas Republikas Komercreģistrā reģistrēta sabiedrība ar ierobežotu atbildību ar vienoto reģistrācijas Nr. 40103257495, tās juridiskā adrese – Uriekstes iela 2a-24, Rīga, LV-1005. TeleTower ir pakalpojumu sniedzējs mobilo bāzes staciju torņu un mastu būvniecībai un apkopei Bite mobilo sakaru tīklam. 100% TeleTower kapitāldaļu pieder Bite.
- 14 SIA "Latnet" (turpmāk – Latnet) ir Latvijas Republikas Komercreģistrā reģistrēta sabiedrība ar ierobežotu atbildību ar vienoto reģistrācijas Nr. 50003913971, tās juridiskā adrese – Uriekstes iela 2a-24, Rīga, LV-1005. Latnet pamatdarbības veids ir telekomunikāciju un IT pakalpojumu sniegšana fiksētajā tīklā, koncentrējoties uz korporatīvajiem klientiem. 100% Latnet kapitāldaļu pieder Bite.
- 15 SIA "Centuria" (turpmāk – Centuria) ir Latvijas Republikas Komercreģistrā reģistrēta sabiedrība ar ierobežotu atbildību ar vienoto reģistrācijas Nr. 50203227548, tās juridiskā adrese – Tērbatas iela 14 - 3, Rīga, LV-1011. Ziņojumā norādīts, ka uzņēmuma pamatdarbība ir saistīta ar infrastruktūras plānošanas un attīstības pakalpojumu sniegšanu. 50% Centuria kapitāldaļu pieder Bite.

2. SIA "Baltcom"

- 16 SIA "Baltcom" (turpmāk – Baltcom) ir Latvijas Republikas Komercreģistrā reģistrēta sabiedrība ar reģ. Nr. 40003005264, tās juridiskā adrese – Maskavas iela 322, Rīga, LV-1063. Baltcom ir telekomunikāciju operators, kas Latvijā nodrošina fiksētā interneta pakalpojumus, televīzijas apraides pakalpojumus, fiksētās balss telefonijas pakalpojumus, elektroenerģijas tirdzniecību un iekārtu pārdošanu. 100% no Baltcom kapitāldaļām pieder Luksemburgā reģistrētai holdinga kompānijai RPAX ONE S.A.
- 17 Baltcom pieder 100% holdinga kompānijas SIA „B-Com Holding” kapitāldaļu.

II APVIENOŠANĀS VEIDS

- 18 Bite un Baltcom kapitāldaļu īpašnieces RPAX ONE S.A. 20.09.2019. noslēgtais daļu pirkuma līgums paredz, ka Bite iegūs 100% no Baltcom daļām, tādējādi iegūstot pilnīgu kontroli pār Baltcom.
- 19 KL 15. panta pirmās daļas 3. punkts nosaka, ka "tirgus dalībnieku apvienošanās ir *„tāds stāvoklis, kad [...] viens vai vairāki tirgus dalībnieki iegūst daļu vai visus cita tirgus dalībnieka*

[..] aktīvus vai tiesības tos izmantot. Aktīvu vai to izmantošanas tiesību iegūšanu uzskata par apvienošanu, ja aktīvu vai to izmantošanas tiesību iegūšana palielina minēto aktīvu un tiesību ieguvēja tirgus daļu jebkurā konkrētajā tirgū.”

- 20 Ņemot vērā iepriekš minēto, paziņotā apvienošanās atbilst KL 15. panta pirmās daļas 3. punktā norādītajam veidam – vienam tirgus dalībniekam iegūstot izšķirošu ietekmi pār citu tirgus dalībnieku.

III KONKRĒTIE TIRGI UN APVIENOŠANĀS REZULTĀTĀ IETEKMĒTIE TIRGI

- 21 Saskaņā ar KL 1. panta 4. punktu “konkrētais tirgus – konkrētās preces tirgus, kas izvērtēts saistībā ar konkrēto ģeogrāfisko tirgu”. KL 1. panta 5. punkts nosaka, ka “konkrētās preces tirgus – noteiktas preces tirgus, kurā ietverts arī to preču kopums, kuras var aizstāt ar šo noteikto precī konkrētajā ģeogrāfiskajā tirgū, ņemot vērā pieprasījuma un piedāvājuma aizstājamības faktoru, preču pazīmes un lietošanas īpašības”. Savukārt KL 1. panta 3. punkts nosaka, ka “konkrētais ģeogrāfiskais tirgus ir ģeogrāfiskā teritorija, kurā konkurences apstākļi konkrētās preces tirgū ir pietiekami līdzīgi visiem šā tirgus dalībniekiem”.
- 22 Atbilstoši Noteikumu Nr. 800 2. punktam apvienošanās rezultātā ietekmētais tirgus ir (1) konkrētais tirgus, kurā darbojas apvienošanā iesaistītie tirgus dalībnieki un (2) ar konkrēto tirgu, kurā darbojas viens no apvienošanā iesaistītiem tirgus dalībniekiem, vertikāli saistīts tirgus, kurā darbojas cits apvienošanā iesaistīts tirgus dalībnieks.
- 23 Saskaņā ar Ziņojumā norādīto Bite un tās saistītie uzņēmumi sniedz telekomunikāciju pakalpojumus, tostarp:
- Bite sniedz dažādus publisko mobilo sakaru pakalpojumus, arī mobilā interneta pakalpojumus. Līdz ar to Bite darbojas mobilo sakaru mazumtirdzniecības tirgū un sniedz balss zvanu pakalpojumus, SMS (tai skaitā MMS un citas īsziņas), mobilo internetu, pieeju saturam (caur mobilo tīklu) un viesabonēšanas pakalpojumus.
 - Bite Latvija Retail darbojas mobilo telefonu, planšetdatoru u.c. elektronisko iekārtu un aksesuāru (piemēram, austiņas, lādētāji, atmiņas kartes, u.c.) mazumtirdzniecības tirgū.
 - TeleTower izīrē torņus un mastus radio un telekomunikāciju iekārtu izvietošanai. Galvenokārt šie pakalpojumi tiek sniegti Bite saistītajiem uzņēmumiem.
 - Unistars ir telekomunikāciju un IT pakalpojumu uzņēmums, kas sniedz balss telefonijas, interneta un datu pārraides pakalpojumus fiksētajā tīklā, kā arī dažādus IT papildpakalpojumus, pamatā koncentrējoties uz korporatīvajiem klientiem.
 - Latnet ir telekomunikāciju un IT pakalpojumu uzņēmums, kas sniedz pakalpojumus fiksētajā tīklā (tai skaitā izmantojot gan optiskos sakaru kabeļus, gan bezvadu punkts-daudzpunkts un punkts-punkts risinājumus²), pamatā koncentrējoties uz korporatīvajiem klientiem.
 - AML nodrošina televīzijas kanālu TV3, LNT, TV6, Kanāls 2 un 3+, kā arī Latvijas video portāla TV3Play un ziņu un izklaides portāla skaties.lv producēšanu un vairumtirdzniecību Latvijā.
 - TV Play Baltics ir maksas televīzijas operators, kas izplata galalietotājiem TV Play Baltics maksas televīzijas programmu paketes, izmantojot satelīta platformu, kā arī darbojas kā TV Play Baltics programmu TV 1000 Premium, TV Play Sports, TV Play Sports+ vairumtirdzniecības izplatītājs. TV Play Baltics arī piedāvā video pēc pieprasījuma (VOD) platformu Go3.
 - SmartAD piedāvā reklāmas pakalpojumus un starpniecību reklāmu izvietošanai plašsaziņas līdzekļos.
 - Star FM ir radiostacija, kas pārraida mūziku un ir pieejama visā Latvijas teritorijā.

² Informācija par bezvadu tīklu veidiem atrodama internetā, piemēram: <http://www.sakaru-pasaule.lv/main.php3?sub=view&RID=1213>

- 24 Savukārt Baltcom ir elektronisko sakaru pakalpojumu sniedzējs, kas darbojas televīzijas programmu mazumtirdzniecības izplatīšanas tirgū, piedāvājot maksas televīzijas pakalpojumus, kā arī balss telefonijas un interneta pakalpojumu tirgū, izmantojot fiksēto tīklu, kā arī elektroenerģijas izplatīšanas tirgū.
- 25 Pamatojoties uz Ziņojumā sniegto un papildu iegūto informāciju, secināms, ka apvienošanās ietekme uz konkurenci Latvijas Republikas teritorijā galvenokārt ir vērtējama šādos ietekmētajos tirgos: (1) balss telefonijas fiksētā sakaru tīklā pakalpojumu tirgū; (2) interneta pieslēguma un datu pārraides pakalpojumu tirgū; (3) maksas televīzijas programmu izplatīšanas mazumtirdzniecības tirgū; (4) televīzijas programmu izplatīšanas vairumtirdzniecības tirgū.

3. Balss telefonijas fiksētā elektronisko sakaru tīklā pakalpojumu tirgus

- 26 Balss telefonijas pakalpojums ir publisks elektronisko sakaru pakalpojums, kas nodrošina runas signālu pārraidi starp noteiktiem elektronisko sakaru tīkla vai tīklu pieslēguma punktiem pieslēgtām elektronisko sakaru gala iekārtām reālajā laikā. Atkarībā no tā, kāds elektronisko sakaru tīkls tiek izmantots balss telefonijas pakalpojumu sniegšanai, ir iespējams izdalīt balss telefoniju fiksētā elektronisko sakaru tīklā un balss telefoniju mobilā elektronisko sakaru tīklā.
- 27 Lai gan Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisijas (turpmāk – SPRK) 15.12.2016. ziņojumā³ secināts, ka mobilās balss telefonijas pakalpojums aizstāj fiksētās balss telefonijas pakalpojumu, KP iepriekš praksē ir konstatējusi⁴, ka balss telefonijas pakalpojumi fiksētā elektronisko sakaru tīklā un mobilā elektronisko sakaru tīklā nav savstarpēji aizvietojami un balss telefonijas pakalpojumi fiksētā elektronisko sakaru tīklā ir uzskatāms par atsevišķu konkrētās preces tirgu.
- 28 Eiropas Komisija (turpmāk – EK) savā praksē balss telefonijas pakalpojumus fiksētajā elektronisko sakaru tīklā ir noteikusi kā atsevišķu konkrētās preces tirgu⁵. EK nav izdalījusi balss telefonijas pakalpojumu fiksētajā elektronisko sakaru tīklā tirgu sīkāk pēc izmantotās tehnoloģijas (VoIP⁶ un tradicionālā), tajā pat laikā norādot, ka lielākā daļa aptaujāto tirgus dalībnieku konkrētās lietas izmeklēšanas ietvaros norādīja, ka abas tehnoloģijas ir savstarpēji aizvietošanas, tāpēc nav nepieciešama to sīkāka segmentācija.
- 29 Tirgus dalībnieki ir norādījuši, ka balss telefonijas pakalpojumi fiksētā elektronisko sakaru tīklā un pakalpojumi mobilo sakaru tīklā ir aizvietojami gan biznesa (B2B) klientiem, gan mājsaimniecībām (B2C). Par šādu aizvietojamību tirgus dalībnieku ieskatā norāda fiksētās balss pieslēgumu skaita samazinājums un klienti, kuri atsakās no fiksētās balss pieslēguma pakalpojumiem, izmanto balss telefonijas pakalpojumus mobilo sakaru tīklā.
- 30 Ziņojumā norādīts, ka gan Bite grupas uzņēmumi Latnet un Unistars, gan Baltcom sniedz balss telefonijas pakalpojumus fiksētā elektronisko sakaru tīklā. Apvienošanās dalībnieki darbojas dažādos tirgus segmentos – Bite grupas uzņēmumi pakalpojumus sniedz korporatīvajiem klientiem (jeb B2B), savukārt Baltcom – galvenokārt mājsaimniecībām (jeb B2C). Ievērojot minēto, konkrētās preces tirgus lietas ietvaros nosakāms kā balss telefonijas pakalpojumu fiksētā elektronisko sakaru tīklā, bet pastāv iespēja šo tirgu segmentēt citādi.
- 31 Attiecībā uz konkrēto ģeogrāfisko tirgu KP savā praksē balss telefonijas pakalpojuma ģeogrāfiskā tirgus robežas ir noteikusi kā nacionālas. Arī EK savā praksē ir konsekventi norādījusi, ka fiksēto balss telefonijas pakalpojumu ģeogrāfiskās robežas ir nacionālas.⁷

³ Skatīt <https://www.sprk.gov.lv/uploads/doc/20160107ZinojumspartirguNr3unNr5analizi.pdf> (32.lp.)

⁴ Skatīt, piemēram, KP 29.03.2018. lēmums Nr. 5 lietā „Par SIA “Bite Latvija” un SIA “Stream Networks” un SIA “LATNET SERVISS” apvienošanos”, 30. rindkopa

⁵ Skatīt, piemēram, EK 08.10.2018. lēmums lietā M.8842 - TELE2 / COM HEM HOLDING *Tele2 / Com Hem Holding*, 45. rindkopa; EK 11.05.2016. lēmums lietā M.7612 – Hutchison 3G UK/Telefónica UK, 252. rindkopa

⁶ VoIP (Voice over internet Protocol) jeb interneta telefonija (IP Telephony)

⁷ EK 30.05.2018. lēmums lietā M.7000 – *Liberty Global/Ziggo*, 150.rindkopa; EK 19.05.2015. lēmums lietā M.7421 – *Orange/Jazztel*, 37.rindkopa; EK 03.08.2016 lēmums lietā M.7978 – *Vodafone/Liberty Global/Dutch JV*, 29.rindkopa

Tādējādi, lai gan Unistars šos pakalpojumus sniedz Rīgā, savukārt Latnet un Baltcom plašākā Latvijas teritorijā, ģeogrāfiskais tirgus nosakāms Latvijas teritorijā.

- 32 Ievērojot iepriekš minēto, konkrētās apvienošanās ietvaros ietekmētais tirgus nosakāms atbilstoši iepriekšējai KP praksei – balss telefonijas pakalpojumu fiksētā elektronisko sakaru tīklā tirgus Latvijas teritorijā.

4. Interneta pieslēguma un datu pārraides pakalpojumu tirgus

- 33 Interneta piekļuves pakalpojums ir publiskais elektronisko sakaru pakalpojums, kas nodrošina pieeju nacionāliem un starptautiskiem interneta resursiem. Fiksētā interneta pakalpojums, kas tiek sniegts, ierīkojot pieslēgumu fiksētā vietā, parasti iespējams nodrošināt stabilākus pakalpojuma kvalitātes rādītājus nekā ar mobilā interneta pieslēgumu. Mobilā interneta pakalpojumu, kas tiek sniegts mobilo sakaru operatoru tīklos, pārraidot datus starp mobilo ierīci un mobilo sakaru operatora bāzes staciju, var ietekmēt dažādi faktori, piemēram, izmantotā mobilā tīkla tehnoloģija, mobilā elektronisko sakaru tīkla pārklājuma zona, kā arī dažādi vietas ģeogrāfiskie faktori (koki, ēku konstrukcijas u.c.).
- 34 Datu pārraides pakalpojums ir elektronisko sakaru pakalpojums, kas nodrošina signālu pārraidi vai maršrutēšanu elektronisko sakaru tīklā. Datu pārraides pakalpojumi parasti tiek sniegti korporatīvajiem (jeb B2B) klientiem un valsts institūcijām, lai nodrošinātu datu apmaiņu un atvieglotu saziņu starp vairākām fiziskām lokācijām. KP ir norādījusi, ka, ņemot vērā abu pakalpojumu tehnisko risinājumu, nav iespējams strikti nošķirt datu pārraides pakalpojumus no interneta piekļuves pakalpojumiem.⁸ Līdz ar to, KP iepriekš kā konkrētas preces tirgu ir definējusi interneta vietējā pieslēguma un datu pārraides pakalpojumu tirgu.⁹
- 35 Tāpat KP līdzšinējā praksē mobilais internets un fiksētais internets ir definēti kā dažādi konkrētās preces tirgi.¹⁰ To apstiprina arī EK vērtējums, savos lēmumos norādot, ka pagaidām mobilais platjoslas internets nav aizvietojams ar fiksēto platjoslas internetu, galvenokārt pakalpojuma cenas un interneta ātruma dēļ.¹¹ Vienlaikus EK neizslēdz iespēju, ka, attīstoties mobilajam internetam, ar laiku fiksētais un mobilais internets varētu kļūt savstarpēji aizvietojami.¹²
- 36 KP iepriekš ir konstatējusi, ka, ņemot vērā tehnoloģisko attīstību, mobilā interneta trūkumi, salīdzinot ar fiksēto internetu, arvien samazinās, kā rezultātā mobilo un fiksēto internetu iespējams varētu iekļaut vienā konkrētās preces tirgū¹³. Tāpat arī tirgus dalībnieki ir norādījuši, ka, vadoties no pēdējo gadu tendencēm, mobilais internets varētu būt kļuvis par fiksētā interneta pakalpojumu aizstājēju māsasaimniecībām, savukārt biznesa klientiem aizvietojamība ir daļēja.
- 37 Ziņojumā norādīts, ka apvienošanās dalībnieki darbojas interneta pieslēguma pakalpojumu tirgū, izmantojot fiksēto elektronisko sakaru tīklu.¹⁴ Apvienošanās dalībnieki darbojas dažādos tirgus segmentos – BITE grupas uzņēmumi pakalpojumus sniedz korporatīvajiem klientiem (jeb B2B), savukārt Baltcom – galvenokārt māsasaimniecībām (jeb B2C).
- 38 Apvienošanās dalībnieki uzskata, ka vismaz pagaidām fiksētais platjoslas internets nav pilnībā

⁸ KP 29.03.2018. lēmums Nr. 5 lietā „Par SIA „Bite Latvija” un SIA „Stream Networks” un SIA „LATNET SERVISS” apvienošanās”, 37. rindkopa

⁹ KP 08.04.2013. lēmums Nr.15 „Par BALTCOM grupas un IZZI grupas apvienošanās”, 4.3.1. punkts, 11. lapa.

¹⁰ KP 08.04.2013. lēmums Nr.15 „Par BALTCOM grupas un IZZI grupas apvienošanās”, 4.3.1. punkts, 10. lapa; KP 28.10.2012. lēmums Nr. 76 „Par SIA „Baltcom TV” un SIA „Interneta pasaule” apvienošanās”, 4.3. punkts, 7. lapa; KP 13.11.2010. lēmums Nr.83 lietā „Par Baltcom grupas, Izzi grupas un SIA „EST Risinājumi” apvienošanās u.c.

¹¹ Skatīt, piemēram, EK 30.05.2018. lēmums lietā M.7000 *Liberty Global/Ziggo*, 165. rindkopa

¹² EK 19.05.2015. lēmums lietā M.7421 *Orange/Jazztel*, 53. rindkopa

¹³ KP 29.03.2018. lēmums Nr. 5 lietā „Par SIA „Bite Latvija” un SIA „Stream Networks” un SIA „LATNET SERVISS” apvienošanās”, 34.rindkopa

¹⁴ Baltcom pakalpojumus sniedz Jelgavā un Jelgavas nov., Jēkabpilī un Jēkabpils nov., Ogrē un Ogres nov., Olainē un Olaines nov., Rēzeknē un Rēzeknes nov., Rīgā, Salaspilī un Salaspils nov.

- aizstājams ar mobilo platjoslas internetu, jo atšķiras to cenošanas mehānismi (mobilais internets ir dārgāks, turklāt, jo lielāks ātrums, jo augstāka cena). Turklāt mobilajam internetam nav garantēta ātruma (ir maksimālais ātrums), savukārt fiksētajam internetam ir garantēts ātrums.
- 39 Ņemot vērā to, ka apvienošanās dalībnieku darbība pārklājas nelielā apmērā korporatīvo klientu (B2B) segmentā, Ziņojumā norādīts, ka apvienošanās neradīs būtisku ietekmi ne uz interneta piekļuves, ne datu pārraides pakalpojumiem.
- 40 Ievērojot minēto, KP šīs lietas ietvaros konkrētā preces tirgus definīciju atstāj atvērtu, jo konkrētā apvienošanās darījuma izvērtēšanā nav būtiska nozīme tam, cik plaši tiek definēts konkrētās preces tirgus. KP konstatē, ka apvienošanās neradīs negatīvu ietekmi uz konkurences apstākļiem jebkurā no iespējamiem tirgus segmentiem un tas neietekmēs secinājumus par apvienošanās ietekmi ne interneta pieslēguma, ne arī datu pārraides pakalpojumu tirgū.
- 41 Attiecībā uz ģeogrāfiskā tirgus robežām, iepriekš KP ir norādījusi, ka ietekmētais tirgus ir vērtējams kā vietējais tirgus, t.i., teritorijas, kurās pārklājas apvienošanās dalībnieku elektronisko sakaru tīkli, kas to klientiem nodrošina interneta pieslēgumu.¹⁵ Savukārt EK savos lēmumos norādījusi, ka interneta pieslēguma un datu pārraides tirgi ir nacionāli tirgi.¹⁶ Savukārt Ziņojumā norādīts, ka ģeogrāfiskais tirgus definējams Latvijas Republikas ietvaros, nevis atsevišķu pilsētu robežās.
- 42 Ievērojot minēto, KP ieskatā, konkrētās apvienošanās ietvaros ģeogrāfiskā tirgus definīcija atstājama atvērta un nav nepieciešams izdalīt šaurāku ģeogrāfisko tirgu par Latvijas Republikas teritoriju.

5. Maksas televīzijas izplatīšanas mazumtirdzniecības tirgus

- 43 Maksas televīzijas (mazumtirdzniecības) tirgus ietver visus maksas televīzijas pakalpojumu veidus, neatkarīgi no tehnoloģijas (kabeļtelevīzija, zemes maksas televīzija, satelīttelevīzija), ar kuru tie tiek nodrošināti (ar nosacījumu, ka šo aizvietojamību vienīgi tehniski ierobežo tīklu pārklājuma neesamība)¹⁷. Lai gan maksas televīzijas mazumtirdzniecības tirgu ir iespējams segmentēt, piemēram, maksas/bezmaksas televīzijas programmu izplatīšana¹⁸, lineārās/nelineārās televīzijas izplatīšana¹⁹, televīzijas izplatīšanā izmantoto tehnoloģiju (piemēram, kabelis, IPTV, satelīts u.c.)²⁰, EK konkrētā tirgus definīciju šajā tirgū ir atstājusi atvērtu.
- 44 Abi apvienošanās dalībnieki darbojas kā maksas televīzijas mazumtirgotāji. Baltcom ir maksas televīzijas operators, kas piedāvā interaktīvo televīziju, digitālo televīziju un kabeļtelevīziju, kā arī 2018. gadā uzsācis sniegt televīzijas pakalpojumus OTT²¹ platformā. Bīte grupas uzņēmums TV Play Baltics ir maksas televīzijas operators, kas izplata galalietotājiem (mazumtirdzniecībā) TV Play Baltics maksas televīzijas programmu paketes, izmantojot satelīta platformu, kā arī piedāvā video pēc pieprasījuma (VOD) platformu Go3.
- 45 Ievērojot minēto, KP ieskatā, kā konkrētais tirgus ir nosakāms maksas televīzijas izplatīšanas mazumtirdzniecības tirgus.
- 46 KP iepriekš ir konstatējusi, ka konkrētais ģeogrāfiskais tirgus kabeļtelevīzijas pakalpojumiem

¹⁵ KP 08.04.2013. lēmums Nr.15 "Par BALTCOM grupas un IZZI grupas apvienošanos", 4.3.2. punkts, 11. lapa

¹⁶ EK 07.10.2016. lēmums lietā M.8131 *Tele2 Sverige/Tdc Sverige*, 35., 43.-45. rindkopa; EK 08.10.2018.

lēmums lietā M.8842 *Tele2/Com Hem Holding*, 28. rindkopa

¹⁷ KP 08.04.2013. lēmums Nr.15 "Par BALTCOM grupas un IZZI grupas apvienošanos", 8. lp.

¹⁸ EK 07.04.2017. lēmums lietā M.8354 *Fox/Sky*, 97. rindkopa; EK 06.02.2018. lēmums lietā M.8665

Discovery/Scripps, 33. rindkopa

¹⁹ EK 07.04.2017. lēmums lietā M.8354 *Fox/Sky*, 98. un 99. rindkopa; EK 06.02.2018. lēmums lietā

M.8665 *Discovery / Scripps*, 33. rindkopa

²⁰ EK 07.04.2017. lēmums lietā M.8354 *Fox/Sky*, 100. rindkopa; EK 03.08.2016. lēmums lietā M.7978

Vodafone/Liberty Global/Dutch JV, 62. rindkopa

²¹ Over The Top jeb OTT pakalpojumi ir televīzijas pakalpojumu izplatīšana nekontrolētā elektronisko sakaru tīklā jeb "atvērtā" internetā.

ir pilsētas, kurā izbūvēts tīkls, teritorija. KP, nosakot konkrēto ģeogrāfisko tirgu, ir ņēmusi vērā, ka tas ietver arī tādus maksas televīzijas mazumtirgotājus, kuri nav ierobežoti infrastruktūras tehnoloģiskā risinājuma ziņā un spēj piedāvāt savu maksas televīzijas pakalpojumu plašākā teritorijā kā pilsēta. Šis viedoklis ir pamatojams ar to, ka kabeļtelevīzijas operatori konkurē konkrētā pilsētā ne tikai ar citiem kabeļtelevīzijas operatoriem, t.i., kabeļtelevīzijas platformas ietvaros, bet arī ar maksas televīzijas operatoriem, kas darbojas citās platformās.²²

- 47 EK savā pēdējo gadu praksē ģeogrāfisko tirgu ir definējusi kā nacionālu, vienlaikus norādot uz iespēju segmentēt reģionāli, t.i., vietās, kur izvietota maksas operatoru infrastruktūra²³.
- 48 Lai arī Baltcom maksas televīzijas izplatīšanas infrastruktūra ir izvietota atsevišķās Latvijas pilsētās²⁴, apvienošanās dalībnieku ieskatā, konkrētās lietas ietvaros ģeogrāfisko tirgu būtu jāvērtē Latvijas Republikas robežās. Tāpat Ziņojumā norādīts, ka TV Play Baltics pakalpojumus sniedz visā Latvijas Republikas teritorijā.
- 49 Lai gan konkrētā ģeogrāfiskā tirgus robežas varētu būt nosakāmas arī kā lokālas, KP uzskata, ka konkrētās lietas ietvaros konkrētā ģeogrāfiskā tirgus definīcija var tikt atstāta atvērta, jo tas neietekmēs secinājumus par apvienošanās ietekmi uz maksas televīzijas izplatīšanas mazumtirdzniecības tirgu.

6. Televīzijas izplatīšanas vairumtirdzniecības tirgus

- 50 Televīzijas izplatīšanas vairumtirdzniecības tirgus sastāv no (1) bezmaksas televīzijas programmu vairumtirdzniecības izplatīšanas tirgus un (2) maksas televīzijas nespecializētu tēmu programmu izplatīšanas vairumtirdzniecības tirgus, tos sīkāk segmentējot pēc valodas. Tāpat KP iepriekš²⁵ ir izdalījusi nespecializētu tēmu programmas un specializētu tēmu programmas.
- 51 Praksē iepriekš, vērtējot MTG Broadcasting AB grupas sabiedrību Latvijā un Bite Lietuva apvienošanās²⁶, lai identificētu apvienošanās rezultātā ietekmēto tirgu, KP analizēja, vai jānošķir (i) maksas un bezmaksas televīzijas programmas; (ii) specializētu un nespecializētu tēmu televīzijas programmas; (iii) televīzijas programmas pēc to valodas. Ņemot vērā izpētes laikā iegūto informāciju, KP secināja, ka konkrētās preces tirgus lietas ietvaros nosakāms kā televīzijas programmu, ko skatās latviešu auditorija, vairumtirdzniecības tirgus Latvijas teritorijā.
- 52 EK savā praksē ir norādījusi, ka pastāv iespēja nodalīt nespecializētu tēmu maksas televīzijas programmas no specializētajām. Papildus tam, visas specializētu tēmu programmas savā starpā var nebūt aizvietošanas (piemēram, sporta programmas nav aizvietošanas ar filmu programmām vai ar citām tematikai neatbilstošām programmām).²⁷
- 53 Attiecībā uz ģeogrāfisko tirgu, gan KP²⁸, gan EK²⁹ praksē televīzijas programmu vairumtirdzniecības tirgus ģeogrāfiskās robežas noteikusi kā nacionālas.
- 54 Televīzijas izplatīšanas vairumtirdzniecības tirgū apvienošanās dalībnieku darbība nepārklājas, bet apvienošanās dalībnieka Bite grupas uzņēmums – AML un Baltcom atrodas vertikālās attiecībās: AML pārdod un Baltcom pērk AML ražotās un izplatītās televīzijas programmas.

²² KP 08.04.2013. lēmums Nr.15 "Par BALTCOM grupas un IZZI grupas apvienošanu", 9.lp.

²³ EK 30.05.2018. lēmums lietā M.7000 - *Liberty Global/Ziggo*, 138.-140. rindkopa

²⁴ Baltcom pakalpojumus sniedz Jelgavā un Jelgavas nov., Jēkabpilī un Jēkabpils nov., Ogrē un Ogres nov., Olainē un Olaines nov., Rēzeknē un Rēzeknes nov., Rīgā, Salaspilī un Salaspils nov.

²⁵ KP 18.06.2009. lēmums Nr.E02-19, 1.1.3. punkts; KP 11.05.2012. lēmums Nr.42 lietā "Par "MTG Broadcasting AB" ziņojumu par tirgus dalībnieku apvienošanu", 11.lpp.

²⁶ 06.10.2017. lēmums "Par UAB Bite Lietuva un MTG Broadcasting AB grupas sabiedrību Latvijā apvienošanu" (turpmāk – MTG lēmums)

²⁷ EK 30.05.2018. lēmums lietā M.7000 *Liberty Global/Ziggo*, 112. rindkopa

²⁸ KP 11.05.2012. lēmums Nr.42 lietā "Par "MTG Broadcasting AB" ziņojumu par tirgus dalībnieku apvienošanu", 4. lp;

²⁹ EK 30.05.2018. lēmums lietā M.7000 *Liberty Global/Ziggo*, 98. rindkopa.

- 55 Ņemot vērā minēto, kā arī lietas faktiskos apstākļus, KP uzskata, ka ir pamatoti definēt konkrēto tirgu kā televīzijas programmu, ko skatās latviešu auditorija, vairumtirdzniecības tirgu Latvijas teritorijā.

IV APVIENOŠANĀS IETEKMES UZ KONKURENCI IZVĒRTĒJUMS

- 56 Atbilstoši šī lēmuma 23.-25. rindkopās minētajam apvienošanās dalībnieku darbība horizontāli pārklājas šādos ietekmētajos tirgos:
- balss telefonijas fiksētā elektronisko sakaru tīklā pakalpojumu tirgū;
 - interneta pieslēguma un datu pārraides pakalpojumu tirgū;
 - maksas televīzijas izplatīšanas mazumtirdzniecības pakalpojumu tirgū.
- 57 Pastāv divi galvenie veidi, kā horizontālās apvienošanās var būtiski traucēt efektīvu konkurenci, jo īpaši, radot vai nostiprinot dominējošo stāvokli: (i) likvidējot svarīgus konkurences ierobežojumus vienam vai vairākiem uzņēmumiem, kas attiecīgi būtu palielinājuši tirgus spēju, neizmantojot koordinētu rīcību (nekoordinēta ietekme); (ii) izmainot konkurenci tā, lai ievērojami palielinātu varbūtību, ka uzņēmumi, kas agrāk nav koordinējuši savu rīcību, koordinēs un paaugstinās cenas vai citādi kaitēs efektīvai konkurencei.³⁰
- 58 Papildus apvienošanās dalībnieku starpā konstatējamas arī nehorizontālas attiecības. Televīzijas izplatīšanas vairumtirdzniecības tirgū apvienošanās dalībnieku darbība nepārklājas, bet apvienošanās dalībnieki atrodas vertikālās attiecībās, jo Bite grupas uzņēmums pārdod un Baltcom pērk Bite grupas uzņēmuma veidotās un izplatītās televīzijas programmas. Apvienošanās, kuras dalībnieki darbojas vertikāli saistītos tirgos, var būtiski kavēt efektīvu konkurenci, veidojot nekoordinētu ietekmi un koordinētu ietekmi.
- 59 Nekoordinēta ietekme pamatā var rasties tādā gadījumā, ja nehorizontāla apvienošanās izraisa norobežošanu. Kad apvienošanās rezultātā faktiskajiem vai potenciālajiem konkurentiem tiek apgrūtināta vai liegta pieeja piegādēm vai tirgiem, tādējādi samazinot uzņēmuma spēju un/vai stimulu konkurēt. Tādas norobežošanas rezultātā uzņēmumi, kas apvienojas, un, iespējams, arī daži to konkurenti var izdevīgi paaugstināt patērētājiem prasīto cenu. Koordinēta ietekme rodas tādā gadījumā, ja apvienošanās maina konkurences raksturu tā, ka uzņēmumi, kas iepriekš savu rīcību nesaskaņoja, tagad visdrīzāk saskaņos cenu paaugstināšanu vai citādi kaitēs efektīvai konkurencei.³¹
- 60 Ievērojot minēto, turpmāk sniegta ietekmēto tirgu analīze, atbilstoši 57.-59. rindkopās norādītajiem raksturlielumiem.

7. Balss telefonijas fiksētā elektronisko sakaru tīklā pakalpojumu tirgus

- 61 Atbilstoši Ziņojumā norādītajam, apvienošanās dalībnieku ieskatā, apvienošanās neietekmēs konkurences apstākļus šajā tirgū.
- 62 Saskaņā ar SPRK publicētajiem datiem balss telefonijas pakalpojumus (gan fiksētā, gan mobilā elektronisko sakaru tīklā) Latvijā sniedz 61 elektronisko sakaru komersants³². Savukārt balss telefonijas pakalpojumus fiksētā elektronisko sakaru tīklā 2018. gadā sniedza 47 elektronisko sakaru komersanti.
- 63 Atbilstoši publiski pieejamai informācijai³³ secināms, ka laika periodā no 2012. līdz

³⁰ Pamatnostādnes par horizontālo apvienošanas novērtēšanu saskaņā ar Padomes Regulu par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju (2004/K 31/03) (turpmāk – Horizontālās Pamatnostādnes), 22. punkts

³¹ Pamatnostādnes par nehorizontālo apvienošanas novērtēšanu saskaņā ar Padomes Regulu par kontroli pār uzņēmumu koncentrāciju (2008/C 265/07) (turpmāk – Nehorizontālās Pamatnostādnes), 17.-19. punkts

³² Reģistrēto elektronisko komersantu saraksts. Pieejams:

<https://www.sprk.gov.lv/index.php/content/registresana-0> (skatīts 28.01.2020.)

³³ SPRK prezentācija “Elektronisko sakaru pakalpojumu tirgus attīstība Latvijā un aktualitātes regulēšanas

2017. gadam balss telefonijas pakalpojumu fiksētā elektronisko sakaru tīklā tirgus apjoms pēc apgrozījuma arvien sarūk un ievērojami populārāki kļūst balss telefonijas pakalpojumi mobilā elektronisko sakaru tīklā. Ieņēmumi no balss telefonijas fiksētā elektronisko sakaru tīklā 2017. gadā veidoja aptuveni 17% no kopējiem balss telefonijas ieņēmumiem.

- 64 Apvienošanās izpētes laikā KP ieguva informāciju par tirgus dalībniekiem, kuri sniedz balss telefonijas pakalpojumus fiksētā elektronisko sakaru tīklā. No apkopotās informācijas secināms, ka lielākie tirgus dalībnieki gan pēc abonētu skaita, gan pēc gūtā apgrozījuma 2017. un 2018. gadā ir SIA “Tet” (turpmāk – Tet); SIA “Latvijas Mobilais Telefons” (turpmāk – LMT) un SIA “CSC TELECOM”. Informācija par tirgus dalībnieku tirgus daļām 2017. un 2018. gadā gan pēc apgrozījuma, gan abonētu skaita apkopta Tabulā Nr. 1.

Tabula Nr. 1

Balss telefonijas pakalpojumu fiksētā elektronisko sakaru tīklā tirgus dalībnieku tirgus daļas 2017. un 2018. gadā

Elektronisko sakaru komersants	Tirgus daļa pēc apgrozījuma (EUR)		Tirgus daļa pēc abonētu skaita	
	2017. gads	2018. gads	2017. gads	2018. gads
SIA “Tet”	(*) [80-90]%	(*) [70-80] %	(*) [60-70]%	(*) [50-60]%
SIA “Latvijas Mobilais Telefons”	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [10-20]%	(*) [10-20]%
SIA “CSC TELECOM”	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%
SIA “Baltcom”	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%
SIA “Telegrupa Baltijā”	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [<1]%
AS “BALTICOM”	(*) [<1]%	(*) [<1]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%
Pārējie tirgus dalībnieki ³⁴	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [10-20]%	(*) [20-30]%

Avots: SPRK sniegtā informācija, KP aprēķini

- 65 Pamatojoties uz Tabulā Nr. 1 apkopotajiem datiem, Tet balss telefonijas tirgū ir stabils līderis un tā tirgus daļa pēc apgrozījuma 2018. gadā ir aptuveni (*)[70-80]%, tirgus daļa pēc abonētu skaita – aptuveni (*)[50-60]%. Tam seko LMT, kura tirgus daļa pēc apgrozījuma bija aptuveni (*)[1-10] %, pēc abonētu skaita – (*)[10-20]%.
 66 Secināms, ka apvienošanās dalībnieka Baltcom tirgus daļa gan pēc apgrozījuma, gan abonētu skaita 2018. gadā ir aptuveni (*)[1-10]%, savukārt Bite grupas uzņēmumu – Latnet un Unistars tirgus daļa ir aptuveni (*)[1-10]%. Līdz ar to, pēc apvienošanās Bite grupas kopējā tirgus daļa būtu zem (*)[1-10]%, kas nozīmē, ka darījums pēc tā īstenošanas neatstās būtisku ietekmi uz konkurenci balss telefonijas pakalpojumus fiksētajā elektronisko sakaru tīklā tirgū.
 67 KP ieskatā, nav paredzams, ka darījuma rezultātā varētu ievērojami palielināties Bite tirgus vara. Ņemot vērā Bite pozīciju ietekmētajā tirgū un laika gaitā pastāvošo tirgus struktūru, kā arī to, ka jaunajam tirgus dalībniekam apvienošanās rezultātā neveidosies vai nenostiprināsies dominējošais stāvoklis šajā tirgū, nav paredzams, ka varētu tikt negatīvi ietekmēta konkurence balss telefonijas pakalpojumu tirgū.

kontekstā”, 6. slaidis (Balss telefonijas ieņēmumi fiksētajos un mobilajos tīklos) Pieejams: https://www.sprk.gov.lv/sites/default/files/editor/ESPD/Faili/ES_Tirgus_attistiba_15052018.pdf

³⁴ T.sk. Bite grupas uzņēmumi Latnet un Unistars

8. Interneta pieslēguma un datu pārraides pakalpojumu tirgus

- 68 Interneta pieslēguma pakalpojumus Latvijas teritorijā sniedz 171 elektronisko sakaru komersants. Interneta pieslēguma pakalpojumus fiksētā elektronisko sakaru tīklā 2018. gadā sniedza 158 elektronisko sakaru komersanti.³⁵ Informācija par pakalpojumu sniedzējiem fiksētā elektronisko sakaru tīklā apkopota Tabulā Nr. 2.

Tabula Nr. 2

Interneta pakalpojumu fiksētā elektronisko sakaru tīklā tirgus dalībnieku tirgus daļas 2017. un 2018. gadā

Elektronisko sakaru komersants	Tirgus daļa pēc apgrozījuma (EUR)		Tirgus daļa pēc abonentu skaita	
	2017. gads	2018. gads	2017. gads	2018. gads
SIA "Tet"	(*) [40-50]%	(*) [40-50]%	(*) [40-50]%	(*) [40-50]%
SIA "Latvijas Mobilais Telefons"	(*) [10-20]%	(*) [10-20]%	(*) [10-20]%	(*) [10-20]%
SIA "Baltcom"	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [10-20]%	(*) [10-20]%
AS "BALTICOM"	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%
SIA "DAUTKOM TV"	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%
SIA "Telia Latvija"	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [<1]%	(*) [<1]%
SIA "LIVAS KTV"	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%
Pārējie tirgus dalībnieki ³⁶	(*) [10-20]%	(*) [10-20]%	(*) [10-20]%	(*) [10-20]%

Avots: SPRK sniegtā informācija, KP aprēķini

- 69 Atbilstoši Tabulā Nr. 2 apkopotajiem datiem secināms, ka lielākais tirgus dalībnieks ir Tet, kura tirgus daļa gan pēc apgrozījuma, gan abonentu skaita ir aptuveni (*) [40-50]%. Tam seko LMT, kura tirgus daļa ir aptuveni (*) [10-20]%. Apvienošanas dalībnieka Baltcom tirgus daļa pēc abonentu skaita ir aptuveni (*) [10-20]%. Pēc apvienošanās Bite tirgus daļa būtu aptuveni (*) [1-10] (pēc abonentu skaita) un (*) [10-20] (pēc apgrozījuma). Līdz ar to nav paredzams, ka apvienošanās rezultātā varētu tikt būtiski ietekmēta konkurence interneta pieslēguma pakalpojumu fiksētā elektronisko sakaru tīklā tirgū Latvijas teritorijā.
- 70 Jāatzīmē, ka Ziņojumā norādīts, ka apvienošanās dalībnieki darbojas dažādos tirgus segmentos (Bite – B2B un Baltcom – B2C). Iepriekš KP praksē ir tikusi vērtēta Bite pozīcija B2B segmentā un secināts, ka Bite tirgus daļa pēc apgrozījuma 2016. gadā bija (*) [1-10] robežās.³⁷ Savukārt Baltcom korporatīvo klientu apjoms ir vērtējams kā nebūtisks, līdz ar to nav paredzams, ka apvienošanās rezultātā varētu tikt būtiski ietekmēta konkurence arī tad, ja apvienošanās ietekme tiktu vērtēta atsevišķos klientu segmentos – konkrēti B2B segmentā.
- 71 Baltcom darbojas galvenokārt B2C segmentā. Saskaņā ar tirgus dalībnieku sniegto informāciju, atsevišķi vērtējot populārāko tirgus dalībnieku pozīcijas B2C segmentā, secināms, ka Tet abonentu skaits 2018. gadā ir (*), LMT – (*), savukārt Baltcom (*) (aptuveni [60-70] jeb (*) no Baltcom abonentiem atrodas Rīgas reģionā). Balticom³⁸ abonentu skaits bija (*), SIA "Livas

³⁵ Atbilstoši SPRK sniegtajai informācijai - Interneta pakalpojums mazumtirdzniecībā fiksētā elektronisko sakaru tīklā

³⁶ T.sk. Bite grupas uzņēmumi Latnet un Unistars

³⁷ KP 29.03.2018. lēmums Nr. 5 lietā „Par SIA "Bite Latvija" un SIA "Stream Networks" un SIA "LATNET SERVISS" apvienošanos”

³⁸ Pakalpojumus sniedz galvenokārt Rīgas administratīvajā teritorijā un Salaspilī (pieejams: <https://balticom.lv/lv/internets>)

KTV” – (*). Ņemot vērā minēto, Tet arī B2C segmentā ir ieguvis stabilu pozīciju un Tet abonentu skaits ir (*) lielāks kā tuvāko sekotāju. Līdz ar to secināms, ka apvienošanās rezultātā Bite iegūs interneta pakalpojumu sniedzēju, kas galvenokārt darbojas Rīgas reģionā. Vienlaikus tirgū darbojas tirgus dalībnieks Tet, kam ir būtiska nozīme interneta pakalpojumu sniegšanas fiksētā elektronisko sakaru tīklā tirgū.

- 72 Tirgus dalībnieki par apvienošanās ietekmi konkrētajā tirgū snieguši informāciju³⁹, ka iespējamā negatīvā ietekme varētu izpausties caur pakalpojumu mazumtirdzniecības šķērssubsidēšanu, piemēram, sniedzot bezmaksas fiksētā interneta mazumtirdzniecības pakalpojumu, ja klients iegādājas mobilo sakaru pakalpojumu. Tāpat tirgus dalībnieki norādījuši⁴⁰, ka apvienošanās rezultātā apvienotajam uzņēmumam tiks iespēja veidot un klientiem piedāvāt pilnu pakalpojumu klāstu, integrējot Baltcom fiksēto internetu, balss un maksas televīzijas pakalpojumus, tādējādi iegūstot paaugstinātas konkurences priekšrocības pret citiem pakalpojumu sniedzējiem. Plašais pakalpojumu klāsts (internets, televīzija, elektrība, mobilie sakari), ko spēs nodrošināt Bite, būs liela priekšrocība konkurences ziņā un tādējādi tiks negatīvi ietekmēta konkurence, līdz ar to tirgus dalībnieku bažas saistītas ar iespējamu konkurentu pozīciju pasliktināšanos.
- 73 Pēdējos gados ir aktuāla telekomunikāciju konverģence – interneta, mobilo, fiksēto un televīzijas/video sakaru saplūšana vienā pakalpojuma komplektā. Apvienošanās rezultātā Bite iegūs iespēju patērētājiem nodrošināt dažādu telekomunikāciju pakalpojumu komplektus. Nozīme ir ne tikai spējai piedāvāt dažādus telekomunikāciju pakalpojumu komplektus, bet arī apvienošanās dalībnieku pozīcijām katrā pakalpojumu grupā. Lai arī apvienošanās rezultātā izveidosies tirgus dalībnieks, kas pakalpojumus spēs nodrošināt dažādās tehnoloģiju platformās, piedāvājot pakalpojumu komplektus, jāņem vērā, ka līderpozīcijas katrā no pakalpojumu grupām ieņem citi tirgus dalībnieki, kā arī patērētājiem joprojām būs iespējams izvēlēties citus pakalpojumu sniedzējus.
- 74 VAS „Latvijas Valsts radio un televīzijas centrs” (turpmāk – LVRTC) norādījis, ka interneta pieslēguma un datu pārraides pakalpojumu fiksētā elektronisko sakaru tīklā tirgū negatīva ietekme nav paredzama, jo līdz šim katrs no šiem operatori darbojās dažādos segmentos un apvienošanās rezultātā var tikt piedāvāts plašāks pakalpojumu klāsts, kas nebūtu vērtējams kā negatīvi ietekmējošs faktors.
- 75 KP ieskatā šāda veida apvienošanās telekomunikāciju jomā varētu radīt bažas konkurentiem un iespējama vairāku produktu piedāvājums varētu ietekmēt telekomunikāciju uzņēmumus, kas piedāvā tikai mobilos sakarus vai fiksētos pakalpojumus vai pat apgrūtināt jaunu tirgus dalībnieku ienākšanu tirgū. Tomēr, ņemot vērā apvienošanās dalībnieku pozīcijas, pakalpojumu klāsta paplašināšanās un iespēja piedāvāt patērētājiem tīkamus pakalpojumu komplektus nav vērtējama negatīvi, jo tas paplašina un neierobežo klientu izvēles iespējas.
- 76 Ievērojot iepriekš minēto, KP secina, ka apvienošanās rezultātā neradīsies un nenostiprināsies dominējošais stāvoklis un netiks būtiski samazināta konkurence interneta pieslēguma un datu pārraides pakalpojumu Latvijas Republikas teritorijā tirgū.

9. Maksas televīzijas izplatīšanas mazumtirdzniecības tirgus

- 77 Saskaņā ar SPRK sniegto informāciju televīzijas izplatīšanas pakalpojumus Latvijas Republikas teritorijā sniedz 34 elektronisko sakaru komersanti. Kopējais abonentu skaits 2018. gadā bija 655 348, savukārt ieņēmumu apjoms – (*) EUR. Informācija par televīzijas pakalpojumu mazumtirgotājiem apkopā Tabulā Nr. 3

³⁹ (*)

⁴⁰ (*)

**Maksas televīzijas izplatīšanas mazumtirdzniecības tirgus dalībnieku tirgus daļas
2017. un 2018. gadā**

Elektronisko sakaru komersants	Tirgus daļa pēc apgrozījuma (EUR)		Tirgus daļa pēc abonentu skaita	
	2017. gads	2018. gads	2017. gads	2018. gads
SIA "Tet"	(*) [60-70]%	(*) [50-60]%	(*) [50-60]%	(*) [50-60]%
SIA "Baltcom"	(*) [10-20]%	(*) [10-20]%	(*) [10-20]%	(*) [10-20]%
AS TV Play Baltics Latvijas filiāle	(*) [10-20]%	(*) [10-20]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%
AS "BALTICOM"	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%
SIA "DAUTKOM TV"	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%
SIA "Latvijas Mobilais Telefons"	(*) [<1]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%
SIA "LIVAS KTV"	(*) [<1]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%
Pārējie tirgus dalībnieki	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%	(*) [1-10]%

Avots: SPRK sniegtā informācija, KP aprēķini

- 78 Saskaņā ar Tabulā Nr. 3 apkopoto informāciju secināms, ka tirgus līderis ir Tet, kura tirgus daļa 2018. gadā pēc apgrozījuma ir aptuveni (*) [50-60]% un pēc abonentu skaita – (*) [50-60]%. Tam seko abi apvienošanās dalībnieki – Baltcom un Bite grupas uzņēmums TV Play Baltics, kuru tirgus daļas pēc apgrozījuma 2018. gadā ir (*) [10-20]% un (*) [10-20]%, savukārt pēc abonentu skaita – (*) [10-20]% un (*) [1-10]%.
79 Tādējādi apvienošanās dalībnieku tirgus daļa pēc apvienošanās būs aptuveni (*) [20-30]% (pēc apgrozījuma) un (*) [20-30]% (pēc abonentu skaita). Tāpat prognozējams, ka pēc apvienošanās darījuma īstenošanas Tet tirgus daļa ietekmētajā tirgū būs (*) lielāka kā Bite. Savukārt apvienotā Bite uzņēmuma tirgus daļa būs (*) lielāka kā tuvākā sekotāja – Balticom.
80 Lai padziļināti izvērtētu konkurences situāciju konkrētajā tirgū, tika noteikts tirgus daļu sadalījums un informācija par konkurences attīstību konkrētajā tirgū, izmantojot Herfindala-Hiršmana indeksu (turpmāk – HHI). HHI ir plaši pielietojams rādītājs tirgus analizē, kas norāda tirgus koncentrācijas līmeni un var palīdzēt novērtēt konkurences situāciju tirgū. Atbilstoši Horizontālajām Pamatnostādnēm HHI zem 1000 norāda uz zemu tirgus koncentrāciju, $1000 < \text{HHI} < 2000$ norāda uz vidēju tirgus koncentrāciju, bet HHI virs 2000 norāda uz augstu tirgus koncentrāciju. Tirgos, kuros ir vidēja koncentrācija, apvienošanās uzskatāma par tādu, kas var negatīvi ietekmēt konkurenci, ja apvienošanās rezultātā HHI pieaugums pārsniedz 250 punktus, savukārt tirgos, kuros ir augsta koncentrācija – 150.

Koncentrācijas līmeņa izmaiņas ietekmētajā tirgū

Gads	2017	2018
HHI pirms darījuma	3505	3317
HHI pēc darījuma		3581
HHI pieaugums		264

- 81 HHI pirms apvienošanās pēc tirgus dalībnieku abonentu skaita pārsniedz rādītāju 2000, kas norāda uz īpaši augstu koncentrāciju tirgū. Ņemot vērā tirgus dalībnieku tirgus daļu rādītājus, pēc apvienošanās HHI būs augstāks par 2000, bet HHI pieaugums jeb deltas koeficients ir 264, kas rada bažas par apvienošanās ietekmi uz konkurenci tirgū.

- 82 Ievērojot minēto, KP arī padziļināti analizēja apvienošanās dalībnieku apgrozījuma un abonentu skaita dinamiku laika periodā no 2016. līdz 2019. gadam, kas apkopota Tabulā Nr. 4.⁴¹

Tabula Nr. 4

**Apvienošanās dalībnieku abonentu skaits un apgrozījums (EUR bez PVN)
(2016. – 2019. gads)**

			2016	2017	2018	2019
TV Play Baltics	DTH	Agrozījums	(*)	(*)	(*)	(*)
		Abonentu skaits	(*)	(*)	(*)	(*)
	OTT	Agrozījums	(*)	(*)	(*)	(*)
		Abonentu skaits	(*)	(*)	(*)	(*)
Kopā	Agrozījums		(*)	(*)	(*)	(*)
	Abonentu skaits		(*)	(*)	(*)	(*)
Baltcom	Kabeļ- televīzija	Agrozījums	(*)	(*)	(*)	(*)
		Abonentu skaits	(*)	(*)	(*)	(*)
	OTT	Agrozījums	-	-	(*)	(*)
		Abonentu skaits	-	-	(*)	(*)
Kopā	Agrozījums		(*)	(*)	(*)	(*)
	Abonentu skaits		(*)	(*)	(*)	(*)

Avots: Tirgus dalībnieku sniegtā informācija

- 83 No Tabulā Nr. 4 apkopotās informācijas secināms, ka TV Play Baltics apgrozījums no televīzijas mazumtirdzniecības satelīta platformā ir veidojis lielāku ieņēmumu apjomu, neraugoties uz to, ka abonentu skaits, salīdzinot ar Baltcom, ir vairāk kā (*) mazāks.
- 84 Bite grupas uzņēmums TV Play Baltics līdz šim darbojies kā televīzijas mazumtirgotājs un izplatījis televīzijas programmas satelīta tīklā⁴² visā Latvijas teritorijā, tomēr tas nav darbojies televīzijas izplatīšanā, izmantojot populārākās tehnoloģijas. Baltcom sniedz televīzijas pakalpojumus ciparu (DTV), analogā (ATV) un interneta protokola (IPTV), kā arī 2018. gada nogalē uzsācis sniegt OTT tehnoloģijā.
- 85 Ziņojumā norādīts, ka satelīta platformas televīzija zaudē savu popularitāti lietotāju vidū, ko apstiprina Tabulā Nr. 4 apkopotā informācija. Tāpat Ziņojumā norādīts, ka, ņemot vērā televīzijas satura un interneta tirgus attīstību, ar klasiskās maksas televīzijas pakalpojumiem aizvien vairāk konkurē OTT pakalpojumi, kas spēj piedāvāt kvalitatīvu saturu klientiem ērtā vietā. Piemēram, Tet ir publiski paudis, ka izaugsmi piedzīvojuši Shortcut lietotne, kam 2019. gada izskaņā bijis divas reizes lielāks klientu skaits nekā 2018. gadā. Saskaņā ar publiski pieejamo informāciju Tet ir saglabājis līderību Latvijas un arī pasaules straumēšanas pakalpojumu vidū, tostarp apsteidzot vienu no pasaulē zināmākajiem zīmoliem “Netflix”.⁴³

⁴¹ Pamatojoties uz apvienošanās dalībnieku sniegto informāciju

⁴² Saskaņā ar Ziņojumā norādīto DTH jeb satelīta tehnoloģija arvien zaudē savu popularitāti un 2019. gadā abonentu skaits bija (*), savukārt 2016. gadā abonentu skaits bija (*). Secināms, ka salīdzinot ar 2016. gadu, abonentu skaits 2019.gadā, ir sarucis par aptuveni (*)%.

⁴³ “Shortcut popularitāte Latvijā apsteidz 'Netflix', noskaidrojais Tet”

Pieejams: <https://www.delfi.lv/business/tehnologijas/shortcut-popularitate-latvija-apsteidz-netflix-noskaidrojais-tet.d?id=51835809>

- 86 Iepriekš minēto par OTT platformu augošo popularitāti apstiprina Tabulā Nr. 4 apkopotā informācija, jo ik gadu pieaug abonentu skaits un apgrozījums, ko nodrošina TV Play Baltics OTT pakalpojums. Jāatzīmē, ka Bite 2019. gada nogalē nāca klajā ar jaunu televīzijas produktu – Go3.⁴⁴ Bite norāda, ka Go3 ir uzlabota un papildināta TV Play Premium pakalpojuma versija, kas tiek piedāvāta visiem interesentiem Latvijā. Go3 ir straumēšanas (OTT) pakalpojums interneta vidē. Tas ietver gan saturu pēc pieprasījuma (filmas, seriāli, raidījumi, TV arhīvs), gan lineāro saturu (kopumā 39 televīzijas programmas). Vienlaikus Bite norāda, ka, salīdzinot ar TVPlay Premium piedāvājumu, pakalpojums papildināts ar lineāro saturu (televīzijas programmām), pieeja pakalpojumam caur mazajiem ekrāniem un interneta vietnēm papildināta ar piekļuvi izmantojot dekoderu un SMART TV aplikācijas, kā arī tiek nodrošināta piekļuve bezsaistes režīmā.
- 87 Tomēr, neraugoties uz tehnoloģiju attīstību un jauninājumu (piemēram, jau iepriekš minētās OTT platformas) augošo popularitāti⁴⁵, “klasiskā” televīzija Latvijas patērētājiem joprojām ir populāra. Saskaņā ar SPRK apkopoto informāciju 2018. gadā lielāko īpatsvaru pēc televīzijas tehnoloģijas veido IPTV un kabeļtelevīzija – aptuveni 77% no kopējā televīzijas pieslēgumu skaita.⁴⁶
- 88 Līdz ar to secināms, ka Bite apvienošanās rezultātā iegūs stabilu maksas televīzijas mazumtirgotāju, kura rīcībā ir pašlaik populārākās televīzijas tehnoloģijas un stabils klientu loks Rīgā un citās Latvijas pilsētās.
- 89 Vērtējot galvenokārt no tirgus koncentrācijas aspekta, pirmšķietami secināms, ka apvienošanās varētu ietekmēt konkurenci ietekmētajā tirgū. Visticšākā apvienošanās ietekme būs konkurences zaudēšana apvienošanās dalībnieku starpā. Tomēr, lai novērtētu, vai minētā apvienošanās varētu negatīvi ietekmēt konkurenci, papildus ir jāņem vērā arī citi tirgū pastāvošie faktori.
- 90 Viens no faktoriem, kas jāņem vērā, ir tirgū pastāvošās ienākšanas barjeras. LMT 2016. gadā uzsāka LMT Mājas viedtelevīzijas pakalpojumu piedāvāšanu patērētājiem. Vienlaikus no Tabulā Nr. 3 apkopotās informācijas secināms, ka 2 gadu laikā LMT ir spējis piesaistīt aptuveni (*)[1-10] % no maksas televīzijas abonentiem. LMT ienākšana tirgū liecina par to, ka jauniem tirgus dalībniekiem ir iespējams ienākt konkrētajā tirgū un piesaistīt patērētājus.
- 91 Tirgus dalībnieku viedoklis par apvienošanās ietekmi ietekmētajā tirgū saistītas jau ar iepriekš 72. rindkopā minēto – Bite potenciālu nākotnē patērētājiem piedāvāt plašu pakalpojumu komplektu, apvienojot pakalpojumus gan fiksētā, gan mobilā tīklā, kā rezultātā apvienošanās rezultātā tiktu radītas paaugstinātas konkurences priekšrocības pret citiem pakalpojumu sniedzējiem.
- 92 KP ieskatā, lai gan apvienojas maksas televīzijas izplatīšanas mazumtirdzniecības tirgus dalībnieki, kuru pozīcijas ietekmētajā tirgū ir līdzīgas (2. un 3. lielākais tirgus dalībnieks), tomēr tirgū darbojas Tet, kura tirgus daļa arī pēc apvienošanās darījuma īstenošanas būs vairāk kā (*) lielāka kā Bite. Izvērtējot konkurences apstākļus maksas televīzijas tirgū, KP secina, ka, lai arī apvienošanās rezultātā apvienotā tirgus dalībnieka tirgus daļa pieaugs un tirgus ir augsti koncentrēts, patērētājiem ir citi maksas televīzijas pakalpojumu sniedzēji, kas spēs radīt konkurences spiedienu uz Bite pēc apvienošanās.
- 93 Ņemot vērā Ziņojumā ietvertu un papildu iegūto informāciju, KP secina, ka apvienošanās rezultātā nerodas un nenostiprinās dominējošais stāvoklis un nevar tikt būtiski samazināta konkurence maksas televīzijas izplatīšanas mazumtirdzniecības tirgū Latvijas Republikas teritorijā.

⁴⁴ “Prezentē Go3 – Baltijā lielāko video satura platformu” Pieejams: <https://kursors.lv/2019/12/03/prezente-go3-baltija-lielako-video-satura-platformu/>

⁴⁵ Arvien vairāk Latvijas telekomunikāciju uzņēmumi sāk piedāvāt pakalpojumus OTT platformā: LMT Straume, Baltcom Smart TV (kopš 2018. gada nogales), Shortcut, TV Dom, kā arī Latvijā pieejamas pasaules mēroga platformas: TV Play, Amazon Prime, Google Play, Netflix,

⁴⁶ Pieejams: https://infogram.com/id-es_nozares_raditaji_2018-1hxj48qk0y154vg?live 11. lapa

10. Televīzijas programmu vairumtirdzniecības tirgus

Apvienošanās ietekmes novērtējums

- 94 KP iepriekš praksē ir secinājusi, ka Bite grupas uzņēmuma AML televīzijas programmām ir būtiska nozīme televīzijas programmu, kuru skatās latviešu auditorija, izplatīšanas vairumtirdzniecības tirgū Latvijas Republikas teritorijā. Ņemot vērā šo būtisko lomu vairumtirdzniecības līmenī, ir pamatoti apgalvot, ka Bite ir būtiska ietekme uz konkurences apstākļiem iepriekšējā posma tirgū (televīzijas programmu vairumtirdzniecībā) un līdz ar to arī uz cenām un piegādes nosacījumiem pakārtotajā tirgū (televīzijas pakalpojuma mazumtirdzniecības tirgū).⁴⁷
- 95 Apvienošanās izpētes ietvaros tika izmantota informācija no SIA “TNS LATVIJA” (turpmāk - TNS) par televīzijas programmu skatīšanās daļām pēc auditorijas nacionalitātes, kas apkopota Tabulā Nr. 5.

Tabula Nr. 5

Televīzijas programmu, ko skatās latviešu auditorija, skatīšanās daļas 2018. gadā (vecumā no 4. g.)

Izplatītājs	TV programma	Skatīšanās laika daļa %, 2018	Iedalījums pēc tematikas (specializēts/nespecializēts)	Pēc tematikas kopā	Kopējā skatīšanās laika daļa
AML	TV3	16,2	N	33,9	35,2
	LNT	12,4	N		
	3+	1,8	N		
	TV6	3,5	N		
	Kanāls 2	1,3	S	1,3	
Latvijas Televīzija (LTV)	LTV1	15,2	N	19,4	19,4
	LTV7	4,2	N		
Baltijas Mediju Alianse (BMA)	PBK	2,8	N	8,6	9,8
	NTV Mir Baltic	3,9	N		
	REN TV Baltic	1,9	N		
	Dom Kino	1,2	S	1,2	
Federal'noye gosudarstvennoye unitarnoye predpriyatiye "Vserossiyskaya gosudarstvennaya televizionnaya i radioveshchatel'naya kompaniya"	RTR Planeta Baltija	2,9	N	2,9	2,9
TV Latvija	RīgaTV 24	2,4	N	2,4	2,4
360 (tet)	360TV	1,2	N	1,2	2,6
	STV	1,4	S	1,4	
Vidzemes televīzija	Re:TV	0,9	N	0,9	0,9
Nickelodeon U.K.Limited	Kidzone TV	0,9	S	0,9	0,9
Citi		25,9			

⁴⁷ MTG lēmums, 66. rindkopa

- 96 Saskaņā ar iegūto informāciju par televīzijas programmu skatīšanās daļām 2018. gadā, secināms, ka AML programmas joprojām ir skatītākās televīzijas programmas latviešu auditorijas vidū, to skatīšanās daļa – 35,2%. Latvijas Televīzijas (programmas LTV1, LTV7) kopējā auditorijas skatīšanās daļa 2018. gadā bija 19,4%. Secināms, ka televīzijas vairumtirdzniecības tirgus joprojām kopumā ir koncentrēts, lai gan AML latviešu auditorijas daļa, salīdzinot ar 2016. gadu, ir par 4,5 procentpunktiem zemāka.⁴⁸
- 97 Tirgus dalībnieki izpētes laikā ir apstiprinājuši jau MTG lēmumā konstatēto, ka, darbojoties televīzijas pakalpojuma mazumtirdzniecībā, ir būtiski iekļaut AML programmas televīzijas paketē. No pieprasījuma puses AML programmas latviešu auditorijai nav aizvietojamas ar citām televīzijas programmām, jo ir ierobežotas iespējas izveidot konkurētspējīgu piedāvājumu bez AML programmu iekļaušanas pakalpojumā.⁴⁹ Lietas ietvaros aptaujātie tirgus dalībnieki norādījuši, ka latviešu auditorijai AML televīzijas programmu radītajam saturam joprojām faktiski nav aizvietotāju.
- 98 Ņemot vērā 9. nodaļā konstatēto par televīzijas izplatīšanas mazumtirdzniecības tirgus koncentrāciju, secināms, ka lielākais televīzijas mazumtirgotājs Latvijā ir Tet. (*)
- 99 Ievērojot to, ka 2014. gadā Tet bija pārtraucis televīzijas programmas TV3 retranslāciju, KP lietas izpētes laikā ieguva informāciju no Tet par to, kādu ietekmi atstāja šīs televīzijas programmas retranslācijas pārtraukšana.⁵⁰ Saskaņā ar sniegto informāciju Tet nācās veikt virkni darbību, lai novērstu klientu aizplūšanu pie citiem operatoriem, kas, (*). Tet ieskatā, īstenotās darbības bija “krīzes scenārija ieviešana”, nevis ikdienas uzņēmējdarbība. Lai arī TV3 programmas retranslācijas pārtraukšana tika īstenota pirms vairākiem gadiem, tomēr faktiskā situācija televīzijas vairumtirdzniecības tirgū būtiski nav mainījies, t.i., jaunas, populāras televīzijas programmas, kuras skatās būtiska daļa latviešu auditorijas, nav ienākušas un TV3 joprojām ir skatītākā televīzijas programma latviešu auditorijas vidū.⁵¹ Līdz ar to, KP ieskatā, TV3 loma nav būtiski mainījies.
- 100 Vairums aptaujāto tirgus dalībnieku, kuri darbojas televīzijas mazumtirdzniecības tirgū, galvenokārt norādījuši uz bažām par to, ka televīzijas programmu mazumtirgotāja un vairumtirgotāja atrašanās vienā uzņēmumu grupā var radīt diskriminācijas risku attiecībā uz AML izplatīto programmu iegādes nosacījumiem Bite grupas uzņēmumu konkurentiem. Proti, pastāv risks, ka, iespējams, apvienošanās rezultātā Bite, izmantojot savu tirgus varu, ierobežos citu komersantu darbību tirgū, piemēram, Bite grupas uzņēmumiem AML audiovizuālais saturs tiks piedāvāts uz labākiem noteikumiem, vai citiem konkurentiem tiks piedāvāts ar apgrūtinātiem noteikumiem vai par augstāku maksu, radot priekšrocības Bite grupas uzņēmumiem.
- 101 KP šādiem tirgus dalībnieku apsvērumiem piekrist. Kā jau minēts 58. un 59. rindkopā, viens no veidiem kā nehorizontāla apvienošanās var būtiski kavēt efektīvu konkurenci ir nekoordinēta ietekme. Atbilstoši Nehorizontālajām Pamatnostādnēm nehorizontāla apvienošanās vertikālos tirgos var izraisīt pakārtoto konkurentu izmaksu paaugstināšanos, norobežojot viņu piekļuvi kādam svarīgam izejmateriālam.⁵²
- 102 Novērtējot pret konkurenci vērstas norobežošanas no izejmateriāliem stratēģijas iespējamību, EK, pirmkārt, pārbauda, vai apvienotais uzņēmums pēc apvienošanās varēs būtiski ierobežot pieeju izejmateriāliem (iespēja), otrkārt, vai tam būs stimuls to darīt (stimuls), un treškārt, vai norobežošanas stratēģijai būs būtiska negatīva ietekme uz pakārtoto konkurenci (efekts uz

⁴⁸ MTG lēmums, 35. rindkopa

⁴⁹ MTG lēmums, 65. rindkopa

⁵⁰ SIA “Lattelecom” (tagad – Tet) 2014. gadā bija pārtraucis televīzijas programmas retranslāciju. Skat., piemēram: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/lattelecom-partrauc-tv3-retranslesanu.a81652/>

⁵¹ 2014. gadā TV3 bija skatītākā televīzijas programma, ko skatās latviešu auditorija <https://www.kantar.lv/4697-tv-kanalu-auditorijas-2014-gada/>

⁵² Nehorizontālās Pamatnostādnes, 30. rindkopa

- konkurenci).⁵³
- 103 Lai norobežošana no izejmateriāliem radītu bažas, apvienošanās rezultātā izveidotajam vertikāli integrētajam uzņēmumam ir jābūt ievērojamai ietekmei iepriekšējā posma tirgū. Tikai tādos apstākļos var paredzēt, ka apvienotajam uzņēmumam būs būtiska ietekme uz konkurences apstākļiem iepriekšējā posma tirgū un līdz ar to, iespējams, arī uz cenām un piegādes nosacījumiem pakārtotajā tirgū.⁵⁴
- 104 Nehorizontālo Pamatnostādņu 25. punktā norādīts, ka maz ticams, ka EK uzskatīs, ka būtu pamats bažām nehorizontālas apvienošanās gadījumā neatkarīgi no tā, vai tā ir koordinēta vai nekoordinēta apvienošanās, ja jaunās pēc apvienošanās izveidotās struktūras tirgus daļa attiecīgajos tirgos būs mazāka par 30 % un pēc apvienošanās HHI būs zemāks par 2 000.
- 105 Kā jau tika secināts 9. nodaļā apvienošanās rezultātā Bite kļūs par otru lielāko maksas televīzijas izplatīšanas mazumtirdzniecības tirgus dalībnieku. Ja līdz šim Bite spēja piedāvāt televīzijas pakalpojumus satelīta un OTT platformās, tad apvienošanās rezultātā Bite iegūs stabilu maksas televīzijas operatoru, kura rīcībā ir pašlaik populārākās televīzijas izplatīšanas tehnoloģijas un stabils klientu loks Rīgā un citās Latvijas pilsētās. Lai arī saskaņā ar 9. nodaļā secināto, Bite tirgus daļa maksas televīzijas izplatīšanas mazumtirdzniecības tirgū būs aptuveni (*)[20-30]%, tirgus kopumā ir vērtējams kā augsti koncentrēts un HHI rādītājs ievērojami pārsniedz 2 000. Tāpat augstāk šajā nodaļā apkopotā informācija, tostarp, tirgus dalībnieku viedokļi liecina, ka Bite piemīt ievērojama ietekme iepriekšējā posma (maksas televīzijas izplatīšanas vairumtirdzniecības) tirgū.
- 106 Ievērojot minēto, izpētes laikā iegūtā informācija liecina, ka Bite stāvoklis maksas televīzijas izplatīšanas vairumtirdzniecības un pakārtotajā – maksas televīzijas izplatīšanas mazumtirdzniecības tirgū varētu sniegt iespēju īstenot norobežošanu no AML televīzijas programmām un tādējādi varētu tikt nodarīts būtisks kaitējums efektīvai konkurencei. Līdz ar to šī apvienošanās var būtiski samazināt konkurenci minētajos tirgos.

Secinājumi par ietekmi uz konkurenci

- 107 Jau 2017. gada Bite Lietuva un MTG Broadcasting AB grupas sabiedrību Latvijā⁵⁵ apvienošanās lietā (turpmāk – 2017. gada apvienošanās) KP vērtēja AML ietekmi reklāmas izvietojuma un televīzijas vairumtirdzniecības tirgos. Tika ņemtas vērā arī potenciālās komercattiecības starp iesaistītajiem uzņēmumiem jeb potenciālās vertikālās attiecības starp apvienošanās dalībniekiem. Līdz ar to tika vērtētas vertikālās attiecības gadījumā, ja Bite Lietuva pēc apvienošanās ar AML uzsāktu darbību televīzijas mazumtirdzniecībā.⁵⁶ Ņemot vērā, ka apvienošanās ietekme uz tirgu radīja bažas par konkurences samazināšanos minētajos tirgos, ar KP 06.10.2017. lēmumu Nr. 22 Bite Lietuva uzņēmās saistošos noteikumus, ar mērķi efektīvi novērst KP konstatētos konkurences kavēšanas riskus, tostarp televīzijas vairumtirdzniecības tirgū. Ar KP 06.10.2017. lēmumu Nr. 22 noteiktie saistošie noteikumi ir spēkā un saglabās to saistošo spēku arī pēc šī lēmuma pieņemšanas.
- 108 Vienlaikus no KP apkopotajiem tirgus dalībnieku viedokļiem KP secināja, ka, tirgus dalībnieku ieskatā, minēto saistošo noteikumu interpretācija pēc šīs apvienošanās var nebūt viennozīmīga, un pastāv bažas par iespējamu AML sniegto pakalpojumu norobežošanu, ko apvienošanās rezultātā būs motivēta īstenot Bite grupa. Proti, Bite stāvoklis maksas televīzijas izplatīšanas vairumtirdzniecības (skat. lēmuma 10. nodaļu) un tam pakārtotajā televīzijas izplatīšanas mazumtirdzniecības (skat. lēmuma 9. nodaļu) tirgū rada iespēju īstenot norobežošanu no AML

⁵³ Nehorizontālās Pamatnostādnes, 32. rindkopa

⁵⁴ Nehorizontālās Pamatnostādnes, 35. rindkopa

⁵⁵ MTG Broadcasting AB grupas sabiedrību Latvijā nosaukumu maiņa uz SIA "All Media Baltics" Latvijā tika īstenota 2017. gadā, līdz ar to turpmāk tekstā – AML

⁵⁶ "Bite" šogad sāks piedāvāt televīziju mobilajās ierīcēs. Pieejams: <http://www.infotop.lv/article/lv/bite-sogadsaks-piedavat-televiziju-mobilajas-ierices>

- televīzijas programmām citiem mazumtirdzniecības tirgū esošajiem tirgus dalībniekiem, tādējādi potenciāli nodarot būtisku kaitējumu efektīvai konkurencei lejupejošajā tirgū.
- 109 Ņemot vērā tirgus dalībnieku izteiktās bažas un iespējamās atšķirības par 2017. gada apvienošanās lēmumā noteikto saistošo noteikumu punktu, tostarp paredzot Bite grupai *“[i]zplatīt visiem tirgus dalībniekiem apvienotā uzņēmuma televīzijas programmas uz nediskriminējošiem noteikumiem (...)”*⁵⁷ interpretāciju, KP lūdza Bite sniegt skaidrojumu par saistošo noteikumu interpretāciju, kas būtu piemērojama pēc apvienošanās īstenošanas.
- 110 Bite skaidroja, ka: *“saistošie noteikumi interpretējami tā, ka nediskriminēšanas pienākums attiecas uz AML (BITE Grupas) sadarbību ar visiem tirgus dalībniekiem, neatkarīgi no tā, vai tie ir BITE Grupas uzņēmumi vai neatkarīgi uzņēmumi. Ņemot vērā, ka 2017. gada Lēmumā noteiktie saistošie noteikumi nav atcelti, uzskatām, ka nediskriminēšanas pienākums ir attiecināms uz visiem tirgus dalībniekiem, kas varētu pievienoties BITE grupai vai izstāties no tās. (...) Nav pamata uzskatīt, ka SIA “Baltcom” pievienošanās BITE Grupai jebkādā mērā maina 2017. gada Lēmuma attiecināmību un tvērumu uz BITE Grupu; 2017. gada Lēmums pēc darījuma pabeigšanas ir attiecināms uz BITE Grupu tāpat kā līdz šim.”*⁵⁸
- 111 Balstoties uz 2017. gada apvienošanās lēmumā vērtētajām bažām par pakalpojumu pieejamību, veiktajiem apsvērumiem un izrietoši izvirzītajiem saistošajiem noteikumiem, kuru mērķis ir novērst potenciālu konkurences ierobežojumu, kas varētu rasties AML sniegto pakalpojumu ierobežošanā apjomā, maksā vai nevienlīdzīgu noteikumu piemērošanā, KP secina, ka pastāvošie saistošie noteikumi interpretācijā, kādu apstiprina Bite, risina arī šīs apvienošanās ietvarā paustās konkurences kavēšanas bažas. Līdz ar to KP secina, ka spēkā esošie saistošie noteikumi novērš apvienošanās negatīvās sekas konkurencei konkrētajā tirgū.
- 112 Vienlaikus jāatzīmē, ka pienākums piedāvāt saistošos noteikumus gulstas uz apvienošanās dalībniekiem. Tādējādi saistošo noteikumu satura tiesisko noteiktību rada apvienošanās dalībnieka saistošā noteikuma saturs un interpretācija par tā piemērošanu. Tas attiecas arī uz gadījumiem, kad nepieciešams noskaidrot saistošā noteikuma turpmāku iedarbību tirgus struktūras un faktisko apstākļu izmaiņu rezultātā. Ievērojot minēto, 2017. gada apvienošanās lēmumā noteikto saistošo noteikumu spēkā esību un turpmāku, nemainīgu piemērojamību kā citiem tirgus dalībniekiem, tā arī Baltcom sniedz šī lēmuma 110. rindkopā norādītā interpretācija.
- 113 Papildus KP arī konstatē, ka 2017. gada apvienošanās lēmumā ietverts punkts, kas nosaka pienākumu neiesaistīties Baltcom stratēģisku, taktisku un operacionālu lēmumu pieņemšanā.⁵⁹ Saskaņā ar Administratīvā procesa likuma 68. pantu administratīvā akta nosacījums ir adresātam labvēlīga administratīvā akta sastāvdaļa, kas daļēji (laikā vai kā citādi) ierobežo adresātam piešķirtās tiesības.⁶⁰ Vienlaikus judikatūrā arī atzīts, ka administratīvā akta nosacījumam – uzdevumam ir patstāvīgs raksturs, ja tas neietekmē paša administratīvā akta spēkā stāšanos. Līdz ar to uzdevumu ir iespējams objektīvi nodalīt no administratīvā akta pamatregulējuma.⁶¹ Tādējādi, lai arī KP 06.10.2017. lēmums Nr. 22 ir labvēlīgs apvienošanās dalībniekiem, jo apvienošanās ar to tika atļauta, saistošie noteikumi zināmā mērā var ierobežot adresāta tiesības. Savukārt 2017. apvienošanās lēmuma saistošais noteikums, kas paredz pienākumu neiesaistīties Baltcom stratēģisku, taktisku un operacionālu lēmumu pieņemšanā, nav savietojams ar šo apvienošanos un tās mērķi. Ievērojot minēto, 2017. gada apvienošanās lēmuma 1.6. punkts, nosakot Bite pienākumu neiesaistīties Baltcom stratēģisku, taktisku un operacionālu lēmumu pieņemšanā, atceļams.
- 114 Vienlaikus KP norāda, ka, izņemot šī lēmuma 113. rindkopā paredzēto atcēlumu, šis lēmums

⁵⁷ MTG lēmuma nolemjošās daļas 1.1. punkts

⁵⁸ Bite 28.01.2020. atbilde uz 23.01.2020. Nr.2.2-4/82 un 24.01.2020. informācijas pieprasījumiem

⁵⁹ MTG lēmuma nolemjošās daļas 1.6. punkts

⁶⁰ Administratīvā procesa likuma komentāri A un B daļa, 2013, 673.lpp.

⁶¹ Latvijas Republikas Augstākās tiesas Senāta Administratīvo lietu departamenta 2007. gada 27. decembra spriedums SKA-253/2007.

neaižstāj un negroza 2017. gada apvienošanās lēmumu, kā arī neietekmē tajā noteikto saistošo noteikumu izpildi vai piemērojamību tam paredzēto efektīvas konkurences tirgū funkciju nodrošināšanai.

- 115 Ņemot vērā Ziņojumā ietverto un papildus iegūto informāciju, kā arī 2017. gada apvienošanās izvirzītos saistošos noteikumus, KP secina, ka apvienošanās rezultātā nerodas un nenostiprinās dominējošais stāvoklis un netiek būtiski samazināta konkurence nevienā no ietekmētajiem tirgiem.

Ņemot vērā minēto un pamatojoties uz Konkurences likuma 8. panta pirmās daļas 5. punktu, 15. panta pirmās daļas 3. punktu un 16. panta otro un ceturto daļu, Ministru Kabineta 29.09.2008. noteikumu Nr. 800 "Kārtība, kādā iesniedz un izskata pilno un saīsināto ziņojumu par tirgus dalībnieku apvienošanos" 37. punktu, Konkurences padomes 06.10.2017. lēmumu Nr. 22 "Par UAB Bite Lietuva un MTG Broadcasting AB grupas sabiedrību Latvijā apvienošanos", Administratīvā procesa likuma 68. pantu un 85. panta pirmo daļu, Konkurences padome

nolēma:

1. atļaut apvienošanos, SIA "Bite Latvija" iegūstot izšķirošu ietekmi pār SIA "Baltcom";
2. atcelt Konkurences padomes 06.10.2017. lēmuma Nr. 22 "Par UAB Bite Lietuva un MTG Broadcasting AB grupas sabiedrību Latvijā apvienošanos" nolemjotās daļas 1.6. punktu.

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

(*) – Ierobežotas pieejamības informācija

Priekšsēdētāja

S. Ābrama