

Аналитический отчет по результатам проведения состояния конкуренции на рынке рассылки СМС-сообщений по сети подвижной радиотелефонной связи.

Анализ проведен в целях установления доминирующего положения хозяйствующего субъекта (хозяйствующих субъектов) и выявления иных случаев недопущения, ограничения или устранения конкуренции при рассмотрении дела о нарушении антимонопольного законодательства №1-10-232/00-11-15 в соответствии с Порядком проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, утвержденном приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220.

1. Определение временного интервала исследования.

В соответствии с целями проведения настоящего анализа временной интервал исследования определен 2014 – 2015 гг.

2. Определение продуктовых границ товарного рынка.

Товарный рынок – сфера обращения товара, который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров, в границах которой исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами (статья 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»).

Предварительное определение товара проведено на основании его функционального назначения. Функциональным назначением товара является направление определенному лицу (клиенту) сообщения (уведомления) с целью информирования о совершаемых действиях, в том числе перемещениях товара, транзакциях, с целью направления текстовых сообщений обязательного характера, установленных нормативными правовыми актами, а также иных текстовых сообщений.

Основными свойствами товара является:

- обеспечение адресности сообщения;
- обеспечение быстрого получения сообщения.

Таким образом, предварительные продуктовые границы товарного рынка определены как передача текстовых сообщений по сетям электросвязи с получением на персональное абонентское устройство.

Потенциально взаимозаменяемыми товарами определены:

- рассылка - передача текстовых сообщений по сетям подвижной радиотелефонной связи (СМС);
- рассылка - передача текстовых сообщений по сетям передачи данных (электронная почта);

- рассылка - передача текстовых сообщений с использованием сетей передачи данных (с использованием мессенджеров).

Определение взаимозаменяемых товаров в соответствии со статьей 4 Закона о защите конкуренции основывается на фактической замене товаров приобретателем или готовности приобретателя заменить один товар другим при потреблении (в том числе при потреблении в производственных целях).

В таблице приводится сравнение потенциально взаимозаменяемых товаров по существенным свойствам товара.

товар	Используемая сеть связи	Доступность – доступность сетей*, % от населения РФ/в % от количества нас пунктов	Доступность, использован ие**, % от населения РФ	Идентификация клиента
СМС	Сеть подвижной радиотелефонной связи, все стандарты	97,25 /68,9	183	По абонентскому номеру, подтверждается оператором связи по паспортным данным (представляются при заключении договора на оказание услуг связи)
Электронная почта	Мобильный ШПД (сеть подвижной радиотелефонной связи стандарта LTE, UMTS)	89,4 /29,5	35	По адресу электронной почты, подтверждается клиентом
	Фиксированный ШПД, скорость не менее 64 Кбит/с	66,6 /41,3	21	По адресу электронной почты, подтверждается клиентом
мессенджеры	Мобильный ШПД (сеть подвижной радиотелефонной связи стандарта LTE, UMTS)	89,4 /29,5	35	По абонентскому номеру или имени клиента, подтверждается клиентом
	Фиксированный ШПД, скорость не менее 64 Кбит/с	66,6 /41,3	21	По имени клиента, подтверждается клиентом

*доступность (потенциальная возможность использования) оценивается на основании данных об инфраструктуре связи, представленных Роскомнадзором (в форме выгрузки из реестра инфраструктуры связи).

**данные о фактическом использовании услуг связи приводятся из открытых источников – GFK-Русь, J'son & Partners Consulting.

Сравнение существенных свойств товара показало отсутствие взаимозаменяемости передачи текстовых сообщений по сетям подвижной радиотелефонной связи (СМС) от передачи текстовых сообщений по сетям передачи данных (электронная почта) и с использованием мессенджеров.

На основании изложенного продуктовые границы товарного рынка определены как рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (далее – Закон о связи) рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи - автоматическая передача абонентам коротких текстовых сообщений (сообщений, состоящих из букв и (или) символов, набранных в определенной последовательности) по сети подвижной радиотелефонной связи или передача абонентам коротких текстовых сообщений с использованием нумерации, не соответствующей российской системе и плану нумерации, а также сообщений, передача которых не предусмотрена договором о межсетевом взаимодействии с иностранными операторами связи.

3. Определение географических границ товарного рынка.

Исходя из функционального назначения товара, основываясь на лицензионных условиях осуществления деятельности в области оказания услуг подвижной радиотелефонной связи, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 18.02.2005 № 87 «Об утверждении перечня наименований услуг связи, вносимых в лицензии, и перечней лицензионных условий», географические границы товарного рынка определены как территория Российской Федерации.

4. Определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке.

Как следует из определения рассылки по сети подвижной радиотелефонной связи, процесс организации услуги заключается в передаче абонентам коротких текстовых сообщений по сети подвижной радиотелефонной связи.

Обеспечение предоставления абоненту соединений по сети подвижной радиотелефонной связи лицензиата для приема (передачи) голосовой, а также неголосовой информации с обеспечением непрерывности связи при оказании услуги независимо от местоположения абонента, в том числе при его передвижении, является одним из лицензионных условий осуществления деятельности в области оказания услуг подвижной радиотелефонной связи.

Следовательно, рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи является одним из элементов услуги подвижной радиотелефонной связи.

Таким образом, оказание услуг рассылки по сети подвижной радиотелефонной связи может осуществлять только оператор подвижной радиотелефонной связи.

На основании изложенного определен перечень продавцов на товарном рынке – операторы подвижной радиотелефонной связи, предоставляющие услуги подвижной радиотелефонной связи на территории Российской Федерации: ПАО «МТС», ПАО «ВымпелКом», ПАО «МегаФон», ООО «Скартел», ООО «Т2 Мобайл» (а также группа компаний, входившие в одну группу лиц с ООО «Т2 Мобайл» до реорганизации в форме присоединения к ООО «Т2 Мобайл»: ЗАО «Архангельские Мобильные Сети», ЗАО «Астарта», ЗАО «Байкалвестком», ЗАО «Волгоград-GSM», ЗАО «Вотек Мобайл», ЗАО «Дельта Телеком», ЗАО «Енисейтелеком», ЗАО «Кемеровская Мобильная Связь», ЗАО «Курская Сотовая Связь», ЗАО «Липецк Мобайл», ЗАО «Мурманская Мобильная Сеть», ЗАО «Новгородские телекоммуникации», ЗАО «НСС», ЗАО «Парма Мобайл», ЗАО «Персональные Системы Связи», ЗАО «Ростовская Сотовая Связь», ЗАО «РТ-Мобайл», ЗАО «Саратовская Система Сотовой Связи», ЗАО «Сибирская Сотовая Связь», ЗАО «Скай-Линк», ЗАО «Смоленская Сотовая Связь», ЗАО «Сотовая Связь Удмуртии», ЗАО «Телеком» Евразия, ЗАО «Телесет Лтд.», ЗАО «Уралвестком», ЗАО «Челябинская Сотовая Связь», ОАО «Московская Сотовая Связь»), ОАО «Пенза GSM», АО «КОМСТАР-ХМАО», ЗАО «Астрахань GSM», АО «Ярославль-GSM», АО «СМАРТС-Иваново», АО «МОБИКОМ ВОЛГА», ЗАО «СМАРТС-Волгоград», АО «СМАРТС-Йошкар-Ола», АО «СМАРТС-Ульяновск», ЗАО «СМАРТС-Уфа», ЗАО «СМАРТС-Чебоксары», АО «СМАРТС-Саратов», ЗАО «АКОС», ООО «Екатеринбург-2000», ООО «ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНЫЕ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ», ООО «Твои мобильные технологии», ООО «К-Телеком», ОАО «АПЕКС», ОАО «Санкт-Петербург», ЗАО «АКОС», ОАО «Сотовая Связь Башкортостана», ПАО «МГТС», ПАО «Центральный Телеграф», ООО «Газпром телеком», ОАО «Основа Телеком», ОАО «Межрегиональный ТранзитТелеком», ЗАО «СИБИНТЕРТЕЛЕКОМ».

Статьей 44.1 Закона о связи установлен порядок осуществления рассылки по сети подвижной радиотелефонной связи:

Рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи по инициативе заказчика рассылки осуществляется на основании договора, заключенного с оператором подвижной радиотелефонной связи, абоненту которого предназначена рассылка. Предметом указанного договора являются услуги по осуществлению рассылки оператором связи.

На основании изложенного определен круг потребителей товара – заказчики рассылки, заключающие с оператором подвижной радиотелефонной связи договор по осуществлению рассылки.

5. Расчет объема товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на рынке.

Как следует из пункта 22.1 статьи 2, статьи 44.1, пункта 6 статьи 45 Закона о связи, рассылка по инициативе заказчика рассылки осуществляется абоненту, при этом абонент дает или не дает согласие на получение рассылки, также может инициировать прекращение рассылки на его абонентский номер.

Отношения абонента и оператора подвижной радиотелефонной связи возникают при оказании услуг подвижной радиотелефонной связи, одним из элементов которых технологически является рассылка.

Исходя из изложенного, возможность влияния оператора подвижной радиотелефонной связи на обращение товара на рынке рассылки по сети подвижной радиотелефонной связи возникает только вследствие наличия возможности влияния оператора радиотелефонной связи на обращение товара на рынке услуг подвижной радиотелефонной связи на территории Российской Федерации.

На основании изложенного, для целей настоящего анализа определяются доли операторов подвижной радиотелефонной связи на рынке услуг подвижной радиотелефонной связи на территории Российской Федерации.

6. Определение уровня концентрации товарного рынка.

Возможность влияния оператора подвижной радиотелефонной связи на обращение товара на рынке рассылки по сети подвижной радиотелефонной связи возникает только вследствие наличия возможности влияния оператора радиотелефонной связи на обращение товара на рынке услуг подвижной радиотелефонной связи на территории Российской Федерации.

На основании изложенного, для целей настоящего анализа уровень концентрации товарного рынка определяется на рынке услуг подвижной радиотелефонной связи на территории Российской Федерации.

7. Определение барьеров входа на товарный рынок.

Так как рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи технологически является одним из элементов услуги подвижной радиотелефонной связи, барьеры входа на рынок рассылки по сети подвижной радиотелефонной связи аналогичны барьерам входа на рынок услуг подвижной радиотелефонной связи.

8. Оценка состояния конкуренции на товарном рынке.

Возможность влияния оператора подвижной радиотелефонной связи на обращение товара на рынке рассылки по сети подвижной радиотелефонной связи возникает только вследствие наличия возможности влияния оператора радиотелефонной связи на обращение товара на рынке услуг подвижной радиотелефонной связи на территории Российской Федерации.

Таким образом, состояние конкуренции на рынке рассылки определяется состоянием конкуренции на рынке услуг подвижной радиотелефонной связи и совпадает с ним.

9. Определение хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарном рынке

Возможность влияния оператора подвижной радиотелефонной связи на обращение товара на рынке рассылки по сети подвижной радиотелефонной связи возникает только вследствие наличия возможности влияния оператора радиотелефонной связи на обращение товара на рынке услуг подвижной радиотелефонной связи на территории Российской Федерации.

Таким образом, хозяйствующие субъекты, занимающие доминирующее положение на рынке услуг подвижной радиотелефонной связи, занимают доминирующее положение на рынке рассылки.

Начальник управления связи и
информационных технологий

Е.А. Заева