**ПОРІВНЯЛЬНА ТАБЛИЦЯ**

**пропозицій та зауважень Інтернет асоціації України (ІнАУ) та Української асоціації операторів зв’язку «Телас» (ТЕЛАС)**

**до проекту постанови НКЕК «Про затвердження Порядку ідентифікації, визначення та аналізу ринків певних електронних комунікаційних послуг»**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Проект постанови НКЕК «Про затвердження Порядку ідентифікації, визначення та аналізу ринків певних електронних комунікаційних послуг», схваленого рішенням НКЕК від 01.03.2023 № 82 (далі – проект Постанови)** | **Пропозиції та зауваження ІнАУ (лист від 21.03.2023 № 34) та ТЕЛАС (лист від 30.03.2023 № 30/23) до проекту Постанови** | **Позиція НКЕК** | **Остаточна редакція** |
|  |  |  |  |  |
|  | **ПОРЯДОК****ідентифікації, визначення та аналізу ринків певних електронних комунікаційних послуг** |  |  | **ПОРЯДОК****ідентифікації, визначення та аналізу ринків певних електронних комунікаційних послуг** |
|  |  |  |  |  |
|  | **І. Загальні положення** |  |  | **І. Загальні положення** |
|  | 1. Цей Порядок встановлює організаційно-правові засади процедури ідентифікації, визначення та аналізу оптового та/або роздрібногоринку певних електронних комунікаційних послуг (далі – ринок певних послуг), визначення постачальників електронних комунікаційних мереж та/або послуг (далі – постачальників) із значним ринковим впливом (далі – із ЗРВ) на цих ринках. |  |  | 1. Цей Порядок встановлює організаційно-правові засади процедури ідентифікації, визначення та аналізу оптового та/або роздрібногоринку певних електронних комунікаційних послуг (далі – ринок певних послуг), визначення постачальників електронних комунікаційних мереж та/або послуг (далі – постачальників) із значним ринковим впливом (далі – із ЗРВ) на цих ринках. |
|  | 2. Цей Порядок використовується Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сферах електронних комунікацій, радіочастотного спектра та надання послуг поштового зв’язку (далі – НКЕК), в межах повноважень визначених Законом України «Про електронні комунікації» (далі – Закон) для ідентифікації, визначення та аналізу ринків певних послуг, характеристики яких можуть обґрунтовувати запровадження регуляторних зобов’язань та визначення постачальників із ЗРВ. |  |  | 2. Цей Порядок використовується Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сферах електронних комунікацій, радіочастотного спектра та надання послуг поштового зв’язку (далі – НКЕК), в межах повноважень визначених Законом України «Про електронні комунікації» (далі – Закон) для ідентифікації, визначення та аналізу ринків певних послуг, характеристики яких можуть обґрунтовувати запровадження регуляторних зобов’язань та визначення постачальників із ЗРВ. |
|  | 3. У цьому Порядку терміни вживаються у значенні, наведених у Законі та інших нормативно-правових актах у сфері електронних комунікацій. | **ТЕЛАС:**3. Зацікавленими сторонами можуть визначатись фізичні та юридичні особи, які є суб’єктами ринку певних електронних комунікаційних послуг, споживають відповідні послуги або працюють на суміжних ринках.У цьому Порядку інші терміни вживаються у значеннях, наведених у Законі та інших нормативно-правових актах у сфері електронних комунікацій.*(Обґрунтування. У Порядку вживається поняття «зацікавлені сторони», так з ними проводять консультації щодо ідентифікації нового ринку певних послуг і т.д. Але яким чином мають визначаються зацікавлені сторони. Пропонуємо доповнити.)* | **ВІДХИЛЕНО**Згідно частини першої статті 22 Закону України «Про електронні комунікації» (далі – Закон ЕК) регуляторний орган проводить консультації з постачальниками електронних комунікаційних мереж та/або послуг, користувачами радіочастотного спектра, іншими зацікавленими сторонами при здійсненні передбачених цим Законом заходів, які мають суттєвий вплив на відповідний ринок, у тому числі щодо конкурсних засад розподілу радіочастотного спектра, аналізу ринків та прийняття рішень за його результатами, вжиття заходів із забезпечення доступності універсальних послуг, в інших випадках, передбачених законодавством, а також на вимогу асоціацій, громадських об’єднань та професійних спілок, учасників ринку чи суб’єктів, стосовно яких приймається рішення (вживається захід).Відповідно, стаття 22 Закону ЕК вже передбачає перелік учасників консультацій, тому відсутня необхідність щодо звуження таких учасників. | 3. У цьому Порядку терміни вживаються у значенні, наведених у Законі та інших нормативно-правових актах у сфері електронних комунікацій. |
|  | 4. Дія цього Порядку поширюється на всіх постачальників, включених до Реєстру постачальників електронних комунікаційних мереж та послуг. |  |  | 4. Дія цього Порядку поширюється на всіх постачальників, включених до Реєстру постачальників електронних комунікаційних мереж та послуг. |
|  |  |  |  |  |
|  | **II. Організаційні засади проведення ідентифікації та визначення ринків певних послуг** |  |  | **II. Організаційні засади проведення ідентифікації та визначення ринків певних послуг** |
|  | 1. Ідентифікація ринків певних послуг проводиться на підставі рішення НКЕК за її власною ініціативою та/або за зверненням постачальника (ів), органів державної влади. |  |  | 1. Ідентифікація ринків певних послуг проводиться на підставі рішення НКЕК за її власною ініціативою та/або за зверненням постачальника (ів), органів державної влади. |
|  | 2. Звернення постачальника (ів), органів державної влади до НКЕК щодо ідентифікації ринків певних послуг повинно містити: |  |  | 2. Звернення постачальника (ів), органів державної влади до НКЕК щодо ідентифікації ринків певних послуг повинно містити: |
|  | назву та реквізити заявника; | **ТЕЛАС:***Доповнити пункт:* найменування та код ЄДРПОУ / РНКПО;*(Обґрунтування. Пропонуємо чітко зазначити які саме реквізити заявника мають бути зазначені.)* | **ВРАХОВАНО по суті** | повне найменування юридичної особи або прізвище, ім’я, по батькові фізичної особи - підприємця;код за Єдиним державним реєстром підприємств і організацій України - для юридичної особи або реєстраційний номер облікової картки платника податків або серія та номер паспорта (для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання відмовляються від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та офіційно повідомили про це відповідний контролюючий орган і мають відмітку в паспорті) - для фізичних осіб - підприємців; |
|  | контактні дані, на які заявнику може бути надіслано відповідь; |  |  | контактні дані, на які заявнику може бути надіслано відповідь; |
|  | обґрунтування щодо необхідності проведення ідентифікації ринку певних послуг; |  | **ВРАХОВАНО по суті (пункт 18)** | обґрунтування щодо необхідності проведення ідентифікації ринку певних послуг, в тому числі, які проблеми на ринку електронних комунікацій можуть бути вирішені; |
|  | пропоновану назву ринку певних послуг; |  |  | пропоновану назву ринку певних послуг; |
|  | опис електронних комунікаційних послуг, запропонованих для проведення ідентифікації певних послуг; |  |  | опис електронних комунікаційних послуг, запропонованих для проведення ідентифікації певних послуг; |
|  | обґрунтування пропонованих товарних меж ринку, а саме приналежність до відповідної групи взаємозамінних послуг, яка сформована з урахуванням наявних релевантних послуг та взаємозамінності з боку попиту і пропозиції; |  |  | обґрунтування пропонованих товарних меж ринку, а саме приналежність до відповідної групи взаємозамінних послуг, яка сформована з урахуванням наявних релевантних послуг та взаємозамінності з боку попиту і пропозиції; |
|  | дані щодо географічних меж (охоплення) пропонованого ринку послуг з наведенням орієнтовного обсягу надання відповідних електронних комунікаційних послуг на певній території або сукупності територій; |  |  | дані щодо географічних меж (охоплення) пропонованого ринку послуг з наведенням орієнтовного обсягу надання відповідних електронних комунікаційних послуг на певній території або сукупності територій; |
|  | дані, які підтверджують стабільність існування пропонованого ринку певних послуг протягом не менше ніж одного року до моменту направлення звернення до НКЕК. |  |  | дані, які підтверджують стабільність існування пропонованого ринку певних послуг протягом не менше ніж одного року до моменту направлення звернення до НКЕК. |
|  | **Відсутній** | **ІнАУ:**обґрунтування щодо наслідків проведення ідентифікації ринків певних послуг, в тому числі, які проблеми на ринку електронних комунікацій може бути вирішено.*(Обґрунтування. Вважаємо, що буде доцільним, щоб у зверненні до НКЕК заявник також виражав своє бачення стосовно того, яка проблема на ринку електронних комунікацій може бути вирішена внаслідок здійснення НКЕК ідентифікації ринків певних послуг.)* | **ВРАХОВАНО по суті в пункті 12** |  |
|  | До звернення може бути надано іншу інформацію, у разі наявності, яка може бути використана під час ідентифікації такого ринку певних послуг. |  |  | До звернення може бути надано іншу інформацію, у разі наявності, яка може бути використана під час ідентифікації такого ринку певних послуг. |
|  | **Відсутній** | **ІнАУ:**Якщо інформація в зверненні за повнотою та змістом не відповідає вимогам, наведеним у цьому пункті, НКЕК залишає таку заяву без руху та листом повідомляє про це постачальника (ів), орган державної влади. Одночасно, в такому листі зазначаються недоліки, спосіб і строк їх усунення, який не може перевищувати десять днів з дня направлення листа НКЕК.Якщо постачальником (ами), органом державної влади усунені недоліки в установлений НКЕК строк, таке звернення вважається поданим у день первинного його подання до НКЕК та приймається до розгляду.*(Обґрунтування. Запропоновані доповнення направлені на запобігання бюрократичних проявів у розгляді питання, а також забезпечення можливості усунути недоліки при поданому зверненні вперше.**Інакше, запропонована модель у первинній редакції проекту постанови може мати наслідком багаторазове подання звернень без результатів. А також можливість НКЕК розглядати звернення вибірково.**Принаймні, подібна можливість усунення недоліків, допущених при поданні заяви, передбачена при зверненні до органів Антимонопольного комітету України та, навіть, до суду.)* | **ВРАХОВАНО по суті в пункті 21** |  |
|  | ***Якщо інформація в звернені за повнотою та змістом не відповідає вимогам, наведеним у цьому пункті, звернення розгляду не підлягає та*** не пізніш як через десять днів від дня його надходження повертається заявникові з відповідними роз’ясненнями, за умови ***наявності*** поштової чи електронної адреси. | **ІнАУ:*****Якщо звернення розгляду не підлягає, то,*** не пізніш як через десять днів від дня його надходження повертається заявникові з відповідними роз’ясненнями, за умови наявності поштової чи електронної адреси.*(Обґрунтування. Запропоновані доповнення направлені на запобігання бюрократичних проявів у розгляді питання, а також забезпечення можливості усунути недоліки при поданому зверненні вперше.**Інакше, запропонована модель у первинній редакції проекту постанови може мати наслідком багаторазове подання звернень без результатів. А також можливість НКЕК розглядати звернення вибірково.**Принаймні, подібна можливість усунення недоліків, допущених при поданні заяви, передбачена при зверненні до органів Антимонопольного комітету України та, навіть, до суду.)***ТЕЛАС:**Якщо інформація в звернені за повнотою та змістом не відповідає вимогам, наведеним у цьому пункті, звернення розгляду не підлягає та не пізніш як через десять днів від дня його надходження повертається заявникові з відповідними роз’ясненнями, за умови ***зазначення заявником*** поштової чи електронної адреси.*(Обґрунтування. Редакційно.)* | **ВРАХОВАНО -** пропозицію ТЕЛАС.Пропозицію ІнАУ - **ВРАХОВАНО по суті** | Якщо інформація в звернені за повнотою та змістом не відповідає вимогам, наведеним у цьому пункті, звернення розгляду не підлягає та не пізніш як через десять днів від дня його надходження повертається заявникові з відповідними роз’ясненнями, за умови зазначення заявником поштової чи електронної адреси. |
|  | 3. У рішенні НКЕК про початок проведення ідентифікації ринку певних послуг зазначається: |  |  | 3. У рішенні НКЕК про початок проведення ідентифікації ринку певних послуг зазначається: |
|  | пропонована назва нового ринку певних послуг, що ідентифікується; |  |  | пропонована назва нового ринку певних послуг, що ідентифікується; |
|  | обґрунтування щодо необхідності проведення ідентифікації нового ринку певних послуг; |  |  | обґрунтування щодо необхідності проведення ідентифікації нового ринку певних послуг; |
|  | термін проведення консультацій з учасниками ринку, іншими зацікавленими сторонами, щодо ідентифікації нового ринку певних послуг. |  |  | термін проведення консультацій з учасниками ринку, іншими зацікавленими сторонами, щодо ідентифікації нового ринку певних послуг. |
|  | 4. Ідентифікація ринку певних послуг складається з таких етапів: |  |  | 4. Ідентифікація ринку певних послуг складається з таких етапів: |
|  | встановлення основних споживчих характеристик послуг (и); |  |  | встановлення основних споживчих характеристик послуг (и); |
|  | проведення консультацій з учасниками ринку, іншими зацікавленими сторонами відповідно до розділу VІІІ цього Порядку; |  |  | проведення консультацій з учасниками ринку, іншими зацікавленими сторонами відповідно до розділу VІІІ цього Порядку; |
|  | формування звіту та прийняття рішення НКЕК щодо результатів ідентифікації ринку певних послуг. |  |  | формування звіту та прийняття рішення НКЕК щодо результатів ідентифікації ринку певних послуг. |
|  | 5. Встановлення основних споживчих характеристик послуг (и), включає: |  |  | 5. Встановлення основних споживчих характеристик послуг (и), включає: |
|  | опис та функціональне призначення послуги; |  |  | опис та функціональне призначення послуги; |
|  | ціна послуги; |  |  | ціна послуги; |
|  | взаємозамінні послуги (за наявності); |  |  | взаємозамінні послуги (за наявності); |
|  | основні властивості послуги; |  |  | основні властивості послуги; |
|  | тип мереж(і). |  |  | тип мереж(і). |
|  | 6. НКЕК приймає рішення про ідентифікацію нового ринку певних послуг та доцільність проведення його подальшого визначення відповідно до розділу V цього Порядку або рішення НКЕК про відсутність підстав ідентифікації нового ринку певних послуг та недоцільності проведення такого визначення. |  |  | 6. НКЕК приймає рішення про ідентифікацію нового ринку певних послуг та доцільність проведення його подальшого визначення відповідно до розділу V цього Порядку або рішення НКЕК про відсутність підстав ідентифікації нового ринку певних послуг та недоцільності проведення такого визначення. |
|  | Якщо у рішенні про ідентифікацію нового ринку певних послуг зазначено про доцільність проведення визначення ринку, то НКЕК в цьому рішенні зазначає: |  |  | Якщо у рішенні про ідентифікацію нового ринку певних послуг зазначено про доцільність проведення визначення ринку, то НКЕК в цьому рішенні зазначає: |
|  | назву ринку певних послуг, що підлягає визначенню; |  |  | назву ринку певних послуг, що підлягає визначенню; |
|  | термін проведення визначення ринку певних послуг; |  |  | термін проведення визначення ринку певних послуг; |
|  | форми збору інформації для проведення визначення ринку певних послуг; |  |  | форми збору інформації для проведення визначення ринку певних послуг; |
|  | термін та спосіб надання постачальниками мереж та/або послуг необхідних даних для проведення визначення ринку певних послуг. |  |  | термін та спосіб надання постачальниками мереж та/або послуг необхідних даних для проведення визначення ринку певних послуг. |
|  | 7. Визначення ринку певних послуг складається з таких етапів: |  |  | 7. Визначення ринку певних послуг складається з таких етапів: |
|  | збір даних для проведення визначення ринку певних послуг відповідно до розділу ІV ***розділу*** цього Порядку; | **ІнАУ:**збір даних для проведення визначення ринку певних послуг відповідно до розділу ІV цього Порядку;*(Обґрунтування. Технічна помилка.)* | **ВРАХОВАНО** | збір даних для проведення визначення ринку певних послуг відповідно до розділу ІV цього Порядку; |
|  | визначення товарних та географічних меж ринку певних послуг відповідно до розділу V цього Порядку; |  |  | визначення товарних та географічних меж ринку певних послуг відповідно до розділу V цього Порядку; |
|  | тест трьох критеріїв відповідно до розділу VІ цього Порядку; |  |  | тест трьох критеріїв відповідно до розділу VІ цього Порядку; |
|  | проведення консультацій з учасниками ринку, іншими зацікавленими сторонами відповідно до розділу VІII цього Порядку; |  |  | проведення консультацій з учасниками ринку, іншими зацікавленими сторонами відповідно до розділу VІII цього Порядку; |
|  | формування звіту та прийняття рішення НКЕК щодо результатів визначення ринку певних послуг. |  |  | формування звіту та прийняття рішення НКЕК щодо результатів визначення ринку певних послуг. |
|  | 8. Рішення НКЕК про результати визначення ринків певних послуг розміщується на офіційному вебсайті НКЕК. |  |  | 8. Рішення НКЕК про результати визначення ринків певних послуг розміщується на офіційному вебсайті НКЕК. |
|  | 9. Ринки певних послуг не обмежують визначення ринків послуг в конкретних випадках згідно із законодавством про захист економічної конкуренції. |  |  | 9. Ринки певних послуг не обмежують визначення ринків послуг в конкретних випадках згідно із законодавством про захист економічної конкуренції. |
|  | НКЕК має право проводити не всю процедуру ідентифікації та визначення ринку певних послуг у випадку, якщо ринки визначені відповідно до пункту 10 цього розділу. |  |  | НКЕК має право проводити не всю процедуру ідентифікації та визначення ринку певних послуг у випадку, якщо ринки визначені відповідно до пункту 10 цього розділу. |
|  | Обґрунтування таких дій та відповідні висновки зазначаються в рішенні НКЕК про ідентифікацію та/або визначення ринку певних послуг. |  |  | Обґрунтування таких дій та відповідні висновки зазначаються в рішенні НКЕК про ідентифікацію та/або визначення ринку певних послуг. |
|  | 10. НКЕК затверджує перелік відповідних ринків з урахуванням міжнародних угод України, згода на обов’язковість яких надана Верховною Радою України, та відповідних рекомендацій міжнародних організацій та вносить відповідні зміни до нього, за результатами ідентифікації, визначення ринків певних послуг та/або проведення їх аналізу. |  |  | 10. НКЕК затверджує перелік відповідних ринків з урахуванням міжнародних угод України, згода на обов’язковість яких надана Верховною Радою України, та відповідних рекомендацій міжнародних організацій та вносить відповідні зміни до нього, за результатами ідентифікації, визначення ринків певних послуг та/або проведення їх аналізу. |
|  | 11. Рішення НКЕК про результати визначення ринків певних послуг набирає чинності з дати ***їх*** прийняття, якщо цим рішенням не встановлено інший термін набрання ним чинності. | **ТЕЛАС:**Рішення НКЕК про результати визначення ринків певних послуг набирає чинності з дати ***його*** прийняття, якщо цим рішенням не встановлено інший термін набрання ним чинності.*(Обґрунтування. Редакційно.)* | **ВРАХОВАНО** | 11. Рішення НКЕК про результати визначення ринків певних послуг набирає чинності з дати його прийняття, якщо цим рішенням не встановлено інший термін набрання ним чинності. |
|  |  |  |  |  |
|  | **III. Організаційні засади аналізу ринку певних послуг** |  |  | **III. Організаційні засади аналізу ринку певних послуг** |
|  | 1. Аналіз ринків певних послуг проводиться на підставі рішення НКЕК з метою визначення, чи є ринок певних послуг таким, що підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань, а також з метою визначення постачальника із ЗРВ, якщо він самостійно або спільно з іншими постачальниками займає на ринку становище ***економічної сили***, що дає можливість йому діяти значною мірою незалежно від конкурентів і кінцевих користувачів послуг, в разі встановлення наявності підстав для накладення регуляторних зобов’язань. | **ТЕЛАС:**1. Аналіз ринків певних послуг проводиться на підставі рішення НКЕК з метою визначення, чи є ринок певних послуг таким, що підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань, а також з метою визначення постачальника із ЗРВ, якщо він самостійно або спільно з іншими постачальниками займає на ринку становище, ***еквівалентне домінуючому***, що дає можливість йому діяти значною мірою незалежно від конкурентів і кінцевих користувачів послуг, в разі встановлення наявності підстав для накладення регуляторних зобов’язань.*(Обґрунтування. Приведено у відповідність до визначення, встановленого Законом України «Про електронні комунікації».)* | **ВРАХОВАНО по суті**Відповідно до частини другої статті 83 Закону ЕК порядок має передбачати з урахуванням вимог законодавства про економічну конкуренцію критерії, за якими встановлюється наявність у такого постачальника становища, еквівалентного домінуючому (**становища економічної сили**), що дає змогу йому вчиняти діяння (дії, бездіяльність) значною мірою незалежно від конкурентів та кінцевих користувачів. | 1. Аналіз ринків певних послуг проводиться на підставі рішення НКЕК з метою визначення, чи є ринок певних послуг таким, що підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань, а також з метою визначення постачальника із ЗРВ, якщо він самостійно або спільно з іншими постачальниками займає на ринку становище еквівалентне домінуючому (становище економічної сили), що дає можливість йому діяти значною мірою незалежно від конкурентів і кінцевих користувачів послуг, в разі встановлення наявності підстав для накладення регуляторних зобов’язань. |
|  | 2. Аналіз ринків певних послуг може проводитись за власною ініціативою НКЕК, за зверненням постачальників, органів державної влади або інших заінтересованих осіб.  |  |  | 2. Аналіз ринків певних послуг може проводитись за власною ініціативою НКЕК, за зверненням постачальників, органів державної влади або інших заінтересованих осіб.  |
|  | 3. Звернення щодо аналізу ринків певних послуг повинно містити: |  |  | 3. Звернення щодо аналізу ринків певних послуг повинно містити: |
|  | назву та реквізити заявника; | **ТЕЛАС:***Доповнити пункт:* найменування та код ЄДРПОУ / РНОКПП для юридичних осіб та фізичних осіб підприємців;Прізвище, ім’я, по-батькові та паспортні дані – для фізичних осіб*(Обґрунтування. Пропонуємо чітко зазначити які саме реквізити заявника мають бути зазначені.)* | **ВРАХОВАНО по суті** | повне найменування юридичної особи або прізвище, ім’я, по батькові фізичної особи – підприємця, або прізвище, ім’я, по батькові фізичної особи;код за Єдиним державним реєстром підприємств і організацій України - для юридичної особи або реєстраційний номер облікової картки платника податків або серія та номер паспорта (для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання відмовляються від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та офіційно повідомили про це відповідний контролюючий орган і мають відмітку в паспорті) - для фізичних осіб – підприємців, або серія та номер паспорта - для фізичних осіб; |
|  | контактні дані, на які заявнику може бути надіслано відповідь; |  |  | контактні дані, на які заявнику може бути надіслано відповідь; |
|  | назву ринку певних послуг; |  |  | назву ринку певних послуг; |
|  | обґрунтування щодо необхідності проведення аналізу ринку певних послуг; |  |  | обґрунтування щодо необхідності проведення аналізу ринку певних послуг; |
|  | опис проблем на ринку певних послуг, які негативно впливають на ефективну конкуренцію на ньому. |  |  | опис проблем на ринку певних послуг, які негативно впливають на ефективну конкуренцію на ньому. |
|  | До звернення може бути надано іншу інформацію, у разі наявності, яка може бути використана під час аналізу такого ринку певних послуг. |  |  | До звернення може бути надано іншу інформацію, у разі наявності, яка може бути використана під час аналізу такого ринку певних послуг. |
|  | **Відсутній** | **ІнАУ:**Якщо інформація в зверненні за повнотою та змістом не відповідає вимогам, наведеним у цьому пункті, НКЕК залишає таку заяву без руху та листом повідомляє про це заявника. Одночасно, в такому листі зазначаються недоліки, спосіб і строк їх усунення, який не може перевищувати десять днів з дня направлення листа НКЕК.Якщо заявником усунені недоліки в установлений НКЕК строк, таке звернення вважається поданим у день первинного його подання до НКЕК та приймається до розгляду.*(Обґрунтування. Запропоновані доповнення направлені на запобігання бюрократичних проявів у розгляді питання, а також забезпечення можливості усунути недоліки при поданому зверненні вперше.**Інакше, запропонована модель у первинній редакції проекту постанови може мати наслідком багаторазове подання звернень без результатів. А також можливість НКЕК розглядати звернення вибірково.**Принаймні, подібна можливість усунення недоліків, допущених при поданні заяви, передбачена при зверненні до органів Антимонопольного комітету України та, навіть, до суду.)* | **ВРАХОВАНО по суті в пункті 65** |  |
|  | ***Якщо інформація в звернені за повнотою та змістом не відповідає вимогам, наведеним у цьому пункті, звернення розгляду не підлягає та*** не пізніш як через десять днів від дня його надходження повертається заявникові з відповідними роз’ясненнями, за умови ***наявності*** поштової чи електронної адреси. | **ІнАУ:*****Якщо звернення розгляду не підлягає, то,*** не пізніш як через десять днів від дня його надходження повертається заявникові з відповідними роз’ясненнями, за умови наявності поштової чи електронної адреси.*(Обґрунтування. Запропоновані доповнення направлені на запобігання бюрократичних проявів у розгляді питання, а також забезпечення можливості усунути недоліки при поданому зверненні вперше.**Інакше, запропонована модель у первинній редакції проекту постанови може мати наслідком багаторазове подання звернень без результатів. А також можливість НКЕК розглядати звернення вибірково.**Принаймні, подібна можливість усунення недоліків, допущених при поданні заяви, передбачена при зверненні до органів Антимонопольного комітету України та, навіть, до суду.)***ТЕЛАС:**Якщо інформація в звернені за повнотою та змістом не відповідає вимогам, наведеним у цьому пункті, звернення розгляду не підлягає та не пізніш як через десять днів від дня його надходження повертається заявникові з відповідними роз’ясненнями, за умови ***зазначення заявником*** поштової чи електронної адреси.*(Обґрунтування. Редакційно.)* | **ВРАХОВАНО -** пропозицію ТЕЛАС.Пропозицію ІнАУ - **ВРАХОВАНО по суті** | Якщо інформація в звернені за повнотою та змістом не відповідає вимогам, наведеним у цьому пункті, звернення розгляду не підлягає та не пізніш як через десять днів від дня його надходження повертається заявникові з відповідними роз’ясненнями, за умови зазначення заявником поштової чи електронної адреси. |
|  | 4. НКЕК проводить аналіз ринку певних послуг: |  |  | 4. НКЕК проводить аналіз ринку певних послуг: |
|  | упродовж строку, що не перевищує трьох років з дня визначення ринку певних послуг, якщо ринок певних послуг аналізується вперше; |  |  | упродовж строку, що не перевищує трьох років з дня визначення ринку певних послуг, якщо ринок певних послуг аналізується вперше; |
|  | упродовж строку, що не перевищує п’яти років з дня визначення постачальників із ЗРВ за результатами попереднього аналізу, якщо здійснює повторний аналіз ринку певних послуг. |  |  | упродовж строку, що не перевищує п’яти років з дня визначення постачальників із ЗРВ за результатами попереднього аналізу, якщо здійснює повторний аналіз ринку певних послуг. |
|  | 5. За обґрунтованим зверненням учасників ринку певних послуг або за власною ініціативою НКЕК може достроково прийняти рішення про проведення повторного аналізу такого ринку певних послуг, але не раніше ніж через один рік після прийняття рішення про результати раніше проведеного аналізу відповідного ринку певних послуг. |  |  | 5. За обґрунтованим зверненням учасників ринку певних послуг або за власною ініціативою НКЕК може достроково прийняти рішення про проведення повторного аналізу такого ринку певних послуг, але не раніше ніж через один рік після прийняття рішення про результати раніше проведеного аналізу відповідного ринку певних послуг. |
|  | 6. У рішенні НКЕК про проведення аналізу ринку певних послуг зазначається: |  |  | 6. У рішенні НКЕК про проведення аналізу ринку певних послуг зазначається: |
|  | назва ринку певних послуг, що аналізується; |  |  | назва ринку певних послуг, що аналізується; |
|  | термін проведення аналізу ринку певних послуг; |  |  | термін проведення аналізу ринку певних послуг; |
|  | форми збору інформації для проведення аналізу ринку певних послуг; |  |  | форми збору інформації для проведення аналізу ринку певних послуг; |
|  | термін та спосіб надання постачальниками необхідних даних для проведення аналізу ринку певних послуг. |  |  | термін та спосіб надання постачальниками необхідних даних для проведення аналізу ринку певних послуг. |
|  | 7. Організаційні засади аналізу ринків певних послуг ***складається*** з таких етапів: | **ТЕЛАС:**7. Організаційні засади аналізу ринків певних послуг ***складаються*** з таких етапів:*(Обґрунтування. Редакційно.)* | **ВРАХОВАНО** | 7. Організаційні засади аналізу ринків певних послуг складаються з таких етапів: |
|  | збір даних для проведення аналізу ринку певних послуг відповідно до розділу ІV цього Порядку; |  |  | збір даних для проведення аналізу ринку певних послуг відповідно до розділу ІV цього Порядку; |
|  | визначення (верифікація) товарних та географічних меж ринку певних послуг відповідно до розділу V цього Порядку; |  |  | визначення (верифікація) товарних та географічних меж ринку певних послуг відповідно до розділу V цього Порядку; |
|  | проведення тесту трьох критеріїв, тобто перевірка того, чи є ринок певних послуг таким, що підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань, проводиться відповідно до розділу VІ цього Порядку; | **ТЕЛАС:**проведення тесту трьох критеріїв, тобто перевірка того, чи є ринок певних послуг таким, що підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань, ***який*** проводиться відповідно до розділу VІ цього Порядку;*(Обґрунтування. Редакційно.)* | **ВРАХОВАНО** | проведення тесту трьох критеріїв, тобто перевірка того, чи є ринок певних послуг таким, що підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань, який проводиться відповідно до розділу VІ цього Порядку; |
|  | визначення постачальників, які індивідуально або спільно мають ЗРВ на ринку певних послуг відповідно до розділу VІІ цього Порядку, в разі якщо ринок певних послуг підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань; |  |  | визначення постачальників, які індивідуально або спільно мають ЗРВ на ринку певних послуг відповідно до розділу VІІ цього Порядку, в разі якщо ринок певних послуг підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань; |
|  | оцінка стану ринку та наслідків в майбутньому відповідно до розділу ІХ цього Порядку, якщо ринок певних послуг визначено як такий, що не підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань; |  |  | оцінка стану ринку та наслідків в майбутньому відповідно до розділу ІХ цього Порядку, якщо ринок певних послуг визначено як такий, що не підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань; |
|  | проведення консультацій з учасниками ринку, іншими зацікавленими сторонами відповідно до розділу VІІІ цього Порядку; |  |  | проведення консультацій з учасниками ринку, іншими зацікавленими сторонами відповідно до розділу VІІІ цього Порядку; |
|  | формування звіту та прийняття рішення про результати проведеного аналізу ринку певних послуг. |  |  | формування звіту та прийняття рішення про результати проведеного аналізу ринку певних послуг. |
|  | 8. Аналіз оптового ринку певних послуг розпочинається з проведення оцінки роздрібного ринку певних електронних комунікаційних послуг, пов’язаного з відповідним оптовим ринком, шляхом проведення тесту трьох критеріїв та перевірки чи є пов'язаний роздрібний ринок (ринки) перспективно ***конкурентоспроможним*** за відсутності регулювання на оптовому рівні. | **ІнАУ:****Виключити***(Обґрунтування. У Законі України «Про електронні комунікації» надані окремі визначення понять «оптовий ринок певних електронних комунікаційних послуг (оптовий ринок)» та «роздрібний ринок певних електронних комунікаційних послуг (роздрібний ринок)».**Відтак, аналіз ринків може проводитись окремо.)***ТЕЛАС:**Аналіз оптового ринку певних послуг розпочинається з проведення оцінки роздрібного ринку певних електронних комунікаційних послуг, пов’язаного з відповідним оптовим ринком, шляхом проведення тесту трьох критеріїв та перевірки чи є пов'язаний роздрібний ринок (ринки) перспективно ***конкурентним*** за відсутності регулювання на оптовому рівні.*(Обґрунтування. На наш погляд, доцільно застосовувати щодо ринків термін «конкурентний».* *(23) When carrying out a market analysis under Article 67 of the Code, both the national regulatory authorities and the Commission should start the analysis from the retail markets. The assessment of a market should be done with a forward-looking perspective in the absence of regulation based on a finding of significant market power and starting from existing market conditions. The analysis should assess whether the market is prospectively* ***competitive*** *and whether any lack of competition is durable, by taking into account expected or foreseeable market developments. The analysis should take into account the effects of other types of regulation applicable to the relevant retail and related wholesale market(s) throughout the relevant regulatory period. (24) If the retail market concerned is not effectively competitive from a forward-looking perspective in the absence of ex ante regulation, the corresponding wholesale market(s) susceptible to ex ante regulation in line with Article 67 of the Code should be defined and analysed. In addition, when analysing the boundaries and market power within (a) corresponding relevant wholesale market(s) to determine whether it is/they are effectively competitive, direct and indirect competitive constraints should be taken into account, irrespective of whether these constraints result from electronic communications networks, electronic communications services or other types of services or applications that are equivalent from the end-users' perspective.)* | **ВРАХОВАНО -** пропозицію ТЕЛАС.Пропозицію ІнАУ - **ВІДХИЛЕНО**Оскільки передбачено в Guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the EU regulatory framework for electronic communications networks and services (Text with EEA relevance) 2018/C 159/01 (далі – Guidelines 2018/C 159/01), що імплементується в національне законодавство в рамках інтеграції України в ЄС.Зокрема, пункт 15 Guidelines 2018/C 159/01 - The starting point for the identification of wholesale markets susceptible for ex ante regulation should always be the analysis of corresponding retail market(s) (Відправною точкою для визначення оптових ринків, придатних для попереднього регулювання, завжди має бути аналіз відповідного(их) роздрібного(их) ринку(ів)). Також пункт 26 Guidelines 2018/C 159/01 - The starting point of any analysis should be an assessment of relevant retail market(s) (Відправною точкою будь-якого аналізу має бути оцінка відповідного(их) роздрібного(их) ринку(ів)). | Аналіз оптового ринку певних послуг розпочинається з проведення оцінки роздрібного ринку певних електронних комунікаційних послуг, пов’язаного з відповідним оптовим ринком, шляхом проведення тесту трьох критеріїв та перевірки чи є пов'язаний роздрібний ринок (ринки) перспективно конкурентним за відсутності регулювання на оптовому рівні. |
|  | Послідовність аналізу оптового ринку певних послуг на виконання трьох критеріїв включає: |  |  | Послідовність аналізу оптового ринку певних послуг на виконання трьох критеріїв включає: |
|  | перевірку виконання одночасно трьох критеріїв на відповідному роздрібному ринку певних послуг; | **ІнАУ:****Виключити***(Обґрунтування. У Законі України «Про електронні комунікації» надані окремі визначення понять «оптовий ринок певних електронних комунікаційних послуг (оптовий ринок)» та «роздрібний ринок певних електронних комунікаційних послуг (роздрібний ринок)».**Відтак, аналіз ринків може проводитись окремо.)* | **ВІДХИЛЕНО**Див. роз’яснення до пункту 83. | перевірку виконання одночасно трьох критеріїв на відповідному роздрібному ринку певних послуг; |
|  | перевірку виконання трьох критеріїв на відповідному оптовому ринку певних послуг ***за умови виконання трьох критеріїв на роздрібному ринку;*** | **ІнАУ:**перевірку виконання трьох критеріїв на відповідному оптовому ринку певних послуг;*(Обґрунтування. У Законі України «Про електронні комунікації» надані окремі визначення понять «оптовий ринок певних електронних комунікаційних послуг (оптовий ринок)» та «роздрібний ринок певних електронних комунікаційних послуг (роздрібний ринок)».**Відтак, аналіз ринків може проводитись окремо.)* | **ВІДХИЛЕНО**Див. роз’яснення до пункту 83. | перевірку виконання трьох критеріїв на відповідному оптовому ринку певних послуг за умови виконання трьох критеріїв на роздрібному ринку; |
|  | якщо на відповідному оптовому ринку певних послуг виконуються одночасно три критерії, то подальший аналіз продовжується відповідно до розділу VІІ цього Порядку з метою визначення постачальників, які індивідуально або спільно мають ЗРВ на оптовому ринку певних послуг; |  |  | якщо на відповідному оптовому ринку певних послуг виконуються одночасно три критерії, то подальший аналіз продовжується відповідно до розділу VІІ цього Порядку з метою визначення постачальників, які індивідуально або спільно мають ЗРВ на оптовому ринку певних послуг; |
|  | якщо на відповідному роздрібному ринку не виконуються в сукупності три критерії, тобто ринок оптових певних послуг не підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань, то подальше проведення аналізу на оптовому ринку певних послуг є недоцільним. | **ІнАУ:****Виключити***(Обґрунтування. У Законі України «Про електронні комунікації» надані окремі визначення понять «оптовий ринок певних електронних комунікаційних послуг (оптовий ринок)» та «роздрібний ринок певних електронних комунікаційних послуг (роздрібний ринок)».**Відтак, аналіз ринків може проводитись окремо.)* | **ВІДХИЛЕНО**Див. роз’яснення до пункту 83. | якщо на відповідному роздрібному ринку не виконуються в сукупності три критерії, тобто ринок оптових певних послуг не підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань, то подальше проведення аналізу на оптовому ринку певних послуг є недоцільним. |
|  | 9. Звіт про результати аналізу ринку певних послуг має містити, зокрема: |  |  | 9. Звіт про результати аналізу ринку певних послуг має містити, зокрема: |
|  | висновки щодо верифікації товарних та географічних меж ринку певних послуг; |  |  | висновки щодо верифікації товарних та географічних меж ринку певних послуг; |
|  | результати тесту трьох критеріїв; |  |  | результати тесту трьох критеріїв; |
|  | висновки чи підпадає ринок певних послуг, що аналізується, під запровадження регуляторних зобов’язань; |  |  | висновки чи підпадає ринок певних послуг, що аналізується, під запровадження регуляторних зобов’язань; |
|  | виявлені проблеми, в разі наявності, значного ринкового впливу на відповідному ринку певних послуг та негативний вплив виявленої проблеми на функціонування ринку. Серед таких проблем можуть бути присутні: високі ціни, низька якість, антиконкурентні та дискримінаційні дії, перехресне субсидування, відмова у доступі тощо; |  |  | виявлені проблеми, в разі наявності, значного ринкового впливу на відповідному ринку певних послуг та негативний вплив виявленої проблеми на функціонування ринку. Серед таких проблем можуть бути присутні: високі ціни, низька якість, антиконкурентні та дискримінаційні дії, перехресне субсидування, відмова у доступі тощо; |
|  | висновки щодо можливих наслідків на такому ринку певних послуг, якщо ринок певних послуг визначено як такий, що не підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань. |  |  | висновки щодо можливих наслідків на такому ринку певних послуг, якщо ринок певних послуг визначено як такий, що не підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань. |
|  | 10. У рішенні НКЕК про затвердження звіту за результатами аналізу ринку певних послуг зазначаються, зокрема: |  |  | 10. У рішенні НКЕК про затвердження звіту за результатами аналізу ринку певних послуг зазначаються, зокрема: |
|  | назва ринку певних послуг, на якому було проведено аналіз; |  |  | назва ринку певних послуг, на якому було проведено аналіз; |
|  | звіт про результати аналізу ринку певних послуг; |  |  | звіт про результати аналізу ринку певних послуг; |
|  | дата набрання чинності цього рішення. |  |  | дата набрання чинності цього рішення. |
|  | 11. Рішення НКЕК про затвердження звіту за результатами аналізу ринку певних послуг публікується на офіційному вебсайті НКЕК (крім тих частин рішень, що містять інформацію з обмеженим доступом). |  |  | 11. Рішення НКЕК про затвердження звіту за результатами аналізу ринку певних послуг публікується на офіційному вебсайті НКЕК (крім тих частин рішень, що містять інформацію з обмеженим доступом). |
|  | 12. Постачальники мають право оскаржити рішення НКЕК про затвердження звіту за результатами аналізу ринку певних послуг у судовому порядку. |  |  | 12. Постачальники мають право оскаржити рішення НКЕК про затвердження звіту за результатами аналізу ринку певних послуг у судовому порядку. |
|  | 13. Під час аналізу ринків певних послуг НКЕК може враховувати ***як власні методології***, так і загальноприйняті Органом європейських регуляторів у сфері електронних комунікацій (BEREC), Групою європейських регуляторів з мереж та послуг електронних комунікацій (ERG), про що має бути зазначено в звіті про результати аналізу ринку певних послуг за умови їх застосування. | **ІнАУ:**13. Під час аналізу ринків певних послуг НКЕК може враховувати ***як власні нормативно-правові акти, так і методології,*** ***загальноприйняті*** Органом європейських регуляторів у сфері електронних комунікацій (BEREC), Групою європейських регуляторів з мереж та послуг електронних комунікацій (ERG), про що має бути зазначено в звіті про результати аналізу ринку певних послуг за умови їх застосування.*(Обґрунтування. Відповідно до статті 5 Закону про НКЕК нормативно-правові акти регуляторного органу видаються у формі постанов. А, відповідно до статті 14 цього ж Закону, регуляторний орган та посадові особи апарату в межах компетенції видають акти організаційно-розпорядчого характеру або індивідуальної дії, які не є нормативно-правовими актами, - рішення, приписи, розпорядження.**Тобто, НКЕК не вправі видавати власні методології.)* | **ВІДХИЛЕНО**Відповідно до пункту 9 частини п’ятої статті 4 Закону України «Про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сферах електронних комунікацій, радіочастотного спектра та надання послуг поштового зв’язку» (далі – Закон НКЕК) для виконання своїх повноважень, передбачених законом, регуляторний орган та уповноважені посадові особи апарату регуляторного органу можуть використовувати інші права, передбачені законами України «Про електронні комунікації», «Про поштовий зв’язок», «Про доступ до об’єктів будівництва, транспорту, електроенергетики з метою розвитку електронних комунікаційних мереж» та іншими законами. Тобто НКЕК вправі встановлювати власні методології та враховувати загальноприйняті, оскільки передбачено законодавством.Зокрема, Порядок розроблено враховуючи положення:- Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони,- Директиви Європейського Парламенту та Ради (ЄС) 2018/1972 від 11 грудня 2018 року про запровадження Європейського кодексу електронних комунікацій,- «Рекомендації Комісії (ЄС) 2020/2245 від 18 грудня 2020 року щодо відповідних ринків послуг у секторі електронних комунікацій, які підлягають попередньому регулюванню відповідно до Директиви (ЄС) 2018/1972 Європейського Парламенту та Ради, що встановлює Європейський кодекс електронних комунікацій (2020/L 439/23)»,- «Настанови Комісії щодо аналізу ринку та оцінки значної ринкової влади відповідно до нормативно-правової бази Співтовариства для електронних комунікаційних мереж і послуг (2002/C 165/03)»,- «Настанови щодо аналізу ринку та оцінки значної ринкової влади відповідно до нормативно-правової бази Європейського Союзу для електронних комунікаційних мереж і послуг (2018/C 159/01)». | 13. Під час аналізу ринків певних послуг НКЕК може враховувати як власні методології, так і загальноприйняті Органом європейських регуляторів у сфері електронних комунікацій (BEREC), Групою європейських регуляторів з мереж та послуг електронних комунікацій (ERG), про що має бути зазначено в звіті про результати аналізу ринку певних послуг за умови їх застосування. |
|  | 14. НКЕК має право проводити не всю процедуру аналізу ринку певних послуг в таких випадках, зокрема: |  |  | 14. НКЕК має право проводити не всю процедуру аналізу ринку певних послуг в таких випадках, зокрема: |
|  | не проводити визначення (верифікацію) товарних та географічних меж ринку певних послуг, якщо визначення та аналіз ринку певних послуг проводився у строк, що не перевищує трьох років з дня прийняття рішення про результати визначення ринків певних послуг або про результати раніше проведеного аналізу відповідного ринку певних послуг; |  |  | не проводити визначення (верифікацію) товарних та географічних меж ринку певних послуг, якщо визначення та аналіз ринку певних послуг проводився у строк, що не перевищує трьох років з дня прийняття рішення про результати визначення ринків певних послуг або про результати раніше проведеного аналізу відповідного ринку певних послуг; |
|  | не проводити тест трьох критеріїв, якщо визначення та аналіз ринку певних послуг проводився у строк, що не перевищує трьох років з дня прийняття рішення про результати визначення ринків певних послуг або про результати раніше проведеного аналізу відповідного ринку певних послуг; |  |  | не проводити тест трьох критеріїв, якщо визначення та аналіз ринку певних послуг проводився у строк, що не перевищує трьох років з дня прийняття рішення про результати визначення ринків певних послуг або про результати раніше проведеного аналізу відповідного ринку певних послуг; |
|  | інших випадках, якщо НКЕК обґрунтовано вважає, що інші етапи процедури аналізу ринку певних послуг недоцільні, та прийнято відповідне рішення. | **ІнАУ:****Виключити***(Обґрунтування. Дискреційне повноваження. Адже у проекті постанови не запропоновано навіть приблизного переліку підстав, які можуть бути визнані НКЕК обґрунтованими для не проведення процедури аналізу ринку.)* | **ВІДХИЛЕНО**У пунктах 103 та 104 зазначений перелік підстав щодо проведення не всієї процедури аналізу ринку. Відповідно, пункт 105 передбачає інші випадки, які неможливо передбачити.Наприклад: введення воєнного або надзвичайного стану (бойові дії, стихійні лиха, терористичні акти тощо), які можуть спричинити руйнацію інфраструктури електронних комунікаційних мереж. Відповідно, при різкій зміні умов існування ринку є одним із факторів проведення неповної процедури аналізу ринку. | інших випадках, якщо НКЕК обґрунтовано вважає, що інші етапи процедури аналізу ринку певних послуг недоцільні, та прийнято відповідне рішення. |
|  | Обґрунтування таких дій та відповідні висновки зазначаються в рішенні НКЕК про проведення аналізу ринку певних послуг та/або в рішенні НКЕК за результатами аналізу ринку. |  |  | Обґрунтування таких дій та відповідні висновки зазначаються в рішенні НКЕК про проведення аналізу ринку певних послуг та/або в рішенні НКЕК за результатами аналізу ринку. |
|  | 15. Проведення аналізу ринку певних послуг здійснюється НКЕК та (у разі необхідності) у співпраці та з проведенням консультацій з Антимонопольним комітетом України в межах його повноважень, визначених законодавством. |  |  | 15. Проведення аналізу ринку певних послуг здійснюється НКЕК та (у разі необхідності) у співпраці та з проведенням консультацій з Антимонопольним комітетом України в межах його повноважень, визначених законодавством. |
|  | 16. У разі виявлення ознак порушення законодавства про захист економічної конкуренції під час проведення аналізу ринку певних послуг, НКЕК звертається до Антимонопольного комітету України з ***поданням для прийняття відповідного рішення***. | **ТЕЛАС:**У разі виявлення ознак порушення законодавства про захист економічної конкуренції під час проведення аналізу ринку певних послуг, НКЕК звертається до Антимонопольного комітету України з ***відповідним поданням в порядку, встановленому законодавством***.*(Обґрунтування. Відповідно до статті 36 ЗУ «Про захист економічної конкуренції» подання має назву: «подання про порушення законодавства про захист економічної конкуренції». Щоб уникнути тавтології, пропонуємо з «відповідним поданням».**Крім того, звертаємо увагу, що дана норма Порядку може регулювати тільки дії НКЕК. Тому ми пропонуємо редакцію, яка не регулює дії АМКУ.* *Ст. 36 ЗУ «Про захист економічної конкуренції»:**1. Органи Антимонопольного комітету України розпочинають розгляд справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції за:**заявами суб'єктів господарювання, громадян, об'єднань, установ, організацій про порушення їх прав внаслідок дій чи бездіяльності, визначених цим Законом як порушення законодавства про захист економічної конкуренції;****поданнями органів державної влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління та контролю про порушення законодавства про захист економічної конкуренції;****власною ініціативою органів Антимонопольного комітету України;**фактом включення відповідно до Закону України "Про запобігання загрозам національній безпеці, пов'язаним із надмірним впливом осіб, які мають значну економічну та політичну вагу в суспільному житті (олігархів)" особи, яка є власником (засновником), бенефіціаром власника (засновника), контролером власника (засновника) засобу/засобів масової інформації, що має/мають значний вплив на телерадіоінформаційний ринок, до Реєстру осіб, які мають значну економічну та політичну вагу в суспільному житті (олігархів).)* | **ВІДХИЛЕНО**Оскільки відповідно до частини четвертої статті 6 Закону НКЕК визначено, що регуляторний орган взаємодіє з Антимонопольним комітетом України та органами фінансового контролю у процесі здійснення ними моніторингу та під час проведення Антимонопольним комітетом України розслідувань на ринках у сферах електронних комунікацій, радіочастотного спектра та надання послуг поштового зв’язку. У разі виявлення ознак порушення законодавства про захист економічної конкуренції регуляторний орган звертається до Антимонопольного комітету України **з поданням для прийняття відповідного рішення.** | 16. У разі виявлення ознак порушення законодавства про захист економічної конкуренції під час проведення аналізу ринку певних послуг, НКЕК звертається до Антимонопольного комітету України з поданням для прийняття відповідного рішення. |
|  |  |  |  |  |
|  | **IV. Збір даних для проведення ідентифікації, визначення та аналізу ринку певних послуг** |  |  | **IV. Збір даних для проведення ідентифікації, визначення та аналізу ринку певних послуг** |
|  | 1. НКЕК ідентифікує, визначає та аналізує ринки певних послуг на основі інформації, якою володіє, та інформації, що надається постачальниками, загальнодоступних даних, насамперед, статистичної інформації, даних в розпорядженні НКЕК про попередні дії постачальників. |  |  | 1. НКЕК ідентифікує, визначає та аналізує ринки певних послуг на основі інформації, якою володіє, та інформації, що надається постачальниками, загальнодоступних даних, насамперед, статистичної інформації, даних в розпорядженні НКЕК про попередні дії постачальників. |
|  | 2. Для ідентифікації, визначення та аналізу ринку певних послуг НКЕК може використовувати такі дані: |  |  | 2. Для ідентифікації, визначення та аналізу ринку певних послуг НКЕК може використовувати такі дані: |
|  | регуляторну звітність постачальників, подану в установленому законодавством порядку до НКЕК; |  |  | регуляторну звітність постачальників, подану в установленому законодавством порядку до НКЕК; |
|  | інформацію постачальників, отриману в установленому законодавством порядку на запит НКЕК; |  |  | інформацію постачальників, отриману в установленому законодавством порядку на запит НКЕК; |
|  | інформацію із звернень користувачів електронних комунікаційних послуг до НКЕК, а також відповідей на анкети, розроблені з метою вивчення стану ринку послуг; |  |  | інформацію із звернень користувачів електронних комунікаційних послуг до НКЕК, а також відповідей на анкети, розроблені з метою вивчення стану ринку послуг; |
|  | дані державного статистичного спостереження; |  |  | дані державного статистичного спостереження; |
|  | дані, отримані під час проведення заходів державного нагляду за здійсненням діяльності у сфері електронних комунікацій; |  |  | дані, отримані під час проведення заходів державного нагляду за здійсненням діяльності у сфері електронних комунікацій; |
|  | результати аналізу ринків певних послуг за попередні періоди; |  |  | результати аналізу ринків певних послуг за попередні періоди; |
|  | дані, отримані НКЕК від консалтингових організацій, що займаються проведенням досліджень, збором інформації тощо; |  |  | дані, отримані НКЕК від консалтингових організацій, що займаються проведенням досліджень, збором інформації тощо; |
|  | інформацію зі звернень постачальників до НКЕК; |  |  | інформацію зі звернень постачальників до НКЕК; |
|  | дані досліджень міжнародних організацій; |  |  | дані досліджень міжнародних організацій; |
|  | інші дані з відкритих джерел інформації. |  |  | інші дані з відкритих джерел інформації. |
|  | 3. Форми збору даних для проведення ідентифікації, визначення та аналізу ринку певних послуг розміщуються на електронній регуляторній платформі НКЕК або надсилаються постачальникам разом з роз’ясненнями щодо їх заповнення. |  |  | 3. Форми збору даних для проведення ідентифікації, визначення та аналізу ринку певних послуг розміщуються на електронній регуляторній платформі НКЕК або надсилаються постачальникам разом з роз’ясненнями щодо їх заповнення. |
|  | 4. НКЕК має право на будь-якому етапі проведення ідентифікації, визначення та аналізу ринку певних послуг робити додаткові або уточнюючі запити та вимагати надання інформації (роз'яснень, документів тощо) від постачальників. |  |  | 4. НКЕК має право на будь-якому етапі проведення ідентифікації, визначення та аналізу ринку певних послуг робити додаткові або уточнюючі запити та вимагати надання інформації (роз'яснень, документів тощо) від постачальників. |
|  | 5. Постачальники, надаючи інформацію для ідентифікації, визначення та аналізу ринку певних послуг, зобов’язані подавати та вказувати актуальні, достовірні, повні, точні дані, в тому числі дані про себе й свою діяльність у сфері електронних комунікацій. |  |  | 5. Постачальники, надаючи інформацію для ідентифікації, визначення та аналізу ринку певних послуг, зобов’язані подавати та вказувати актуальні, достовірні, повні, точні дані, в тому числі дані про себе й свою діяльність у сфері електронних комунікацій. |
|  |  |  |  |  |
|  | **V. Визначення** **товарних та географічних меж ринку певних послуг** | **ТЕЛАС:****V. Визначення *(верифікація)* товарних та географічних меж ринку певних послуг***(Обґрунтування. Якщо «визначення» та «верифікація» застосовуються як синоніми і означають проведення однакової процедури, для уникнення різного тлумачення норм Порядку, зазначених вище, пропонуємо у назві доповнити у дужках «(верифікація)».)* | **ВІДХИЛЕНО**Оскільки верифікація – це перевірка (товарних та географічних меж) вже визначеного певного ринку, який проводиться виключно під час аналізу ринку.Зокрема цей розділ застосовується в двох випадках:1) після ідентифікації ринку з метою визначення певного ринку (товарних та географічних меж),2) під час аналізу ринку з метою перевірки чи не змінились товарні та географічні межі вже визначеного певного ринку. | **V. Визначення** **товарних та географічних меж ринку певних послуг** |
|  | 1. Визначення ринку певних послуг здійснюється з метою встановлення необхідності в попередньому регулюванні на цьому ринку певних послуг, незалежно від ринків, визначених відповідно до законодавства про захист економічної конкуренції. |  |  | 1. Визначення ринку певних послуг здійснюється з метою встановлення необхідності в попередньому регулюванні на цьому ринку певних послуг, незалежно від ринків, визначених відповідно до законодавства про захист економічної конкуренції. |
|  | 2. НКЕК визначає ринки, характеристики яких можуть обґрунтовувати запровадження регуляторних зобов’язань (ex-ante). Зокрема, з урахуванням рівнів конкуренції щодо доступу до фізичної інфраструктури електронних комунікацій, відповідно до принципів законодавства про захист економічної конкуренції, а також географічних оглядів розгортання мереж, що здійснюються згідно із статтею 21 Закону. | **ТЕЛАС:***(Обґрунтування. Виглядає як узагальнююча процедура, доцільно переформулювати, що це може бути підставою для ініціації прийняття рішення про проведення ідентифікації ринку.)* | **ВІДХИЛЕНО**Оскільки сформульовано відповідно до частини другої статті 81 Закону ЕК регуляторний орган ідентифікує та визначає ринки, зокрема відповідні товарні та географічні межі ринків на території країни, зокрема з урахуванням рівнів конкуренції щодо доступу до фізичної інфраструктури електронних комунікацій, відповідно до принципів законодавства про захист економічної конкуренції, а також географічних оглядів розгортання мереж, що здійснюються згідно із статтею 21 цього Закону.Зокрема НКЕК визначає виключно ринки певних послуг, характеристики яких можуть обґрунтовувати запровадження регуляторних зобов’язань (ex-ante). | 2. НКЕК визначає ринки, характеристики яких можуть обґрунтовувати запровадження регуляторних зобов’язань (ex-ante). Зокрема, з урахуванням рівнів конкуренції щодо доступу до фізичної інфраструктури електронних комунікацій, відповідно до принципів законодавства про захист економічної конкуренції, а також географічних оглядів розгортання мереж, що здійснюються згідно із статтею 21 Закону. |
|  | 3. Товарні межі ринку (перелік послуг, що надаються на ринку) визначаються шляхом формування групи взаємозамінних послуг, у межах якої користувач послуги за звичайних умов може легко перейти від користування однією послугою до користування іншою. |  |  | 3. Товарні межі ринку (перелік послуг, що надаються на ринку) визначаються шляхом формування групи взаємозамінних послуг, у межах якої користувач послуги за звичайних умов може легко перейти від користування однією послугою до користування іншою. |
|  | 4. Формування взаємозамінних послуг (груп послуг) здійснюється за такими ознаками, зокрема: |  |  | 4. Формування взаємозамінних послуг (груп послуг) здійснюється за такими ознаками, зокрема: |
|  | подібності функціонального призначення, споживчих властивостей, умов використання, тощо; |  |  | подібності функціонального призначення, споживчих властивостей, умов використання, тощо; |
|  | подібності фізичних, технічних, експлуатаційних властивостей і характеристик, якісних показників, тощо; |  |  | подібності фізичних, технічних, експлуатаційних властивостей і характеристик, якісних показників, тощо; |
|  | наявності спільних груп споживачів та/або користувачів послуг (групи послуг); |  |  | наявності спільних груп споживачів та/або користувачів послуг (групи послуг); |
|  | відсутності суттєвої різниці в цінах; |  |  | відсутності суттєвої різниці в цінах; |
|  | здатності постачальників мереж та/або послуг запропонувати нові послуги на заміну існуючих, в тому числі з урахуванням застосування різних технологій. |  |  | здатності постачальників мереж та/або послуг запропонувати нові послуги на заміну існуючих, в тому числі з урахуванням застосування різних технологій. |
|  | Під час визначення подібності функціонального призначення послуг аналізується здатність послуг виконувати одні і ті ж функції, а також задовольняти потреби користувача послуги. |  |  | Під час визначення подібності функціонального призначення послуг аналізується здатність послуг виконувати одні і ті ж функції, а також задовольняти потреби користувача послуги. |
|  | 5. Товарні межі ринку визначаються на основі ***двох*** критеріїв: | **ТЕЛАС:**Товарні межі ринку визначаються на основі ***трьох*** критеріїв:*(Обгрунтування відсутнє.)* | **ВРАХОВАНО** | Товарні межі ринку визначаються на основі трьох критеріїв: |
|  | взаємозамінність з боку попиту; |  |  | взаємозамінність з боку попиту; |
|  | взаємозамінність з боку пропозиції. |  |  | взаємозамінність з боку пропозиції; |
|  | **Відсутній** | **ТЕЛАС:**ланцюгова замінність.*(Обґрунтування. Специфіка галузі надання електронних комунікаційних послуг, розвиток цифровізації, широке використання новітніх технологій, динаміка їх впровадження у повсякденне життя в сфері електронних комунікацій, вказує на те, що критерій ланцюгової замінності є одним з визначальних критеріїв для правильного визначення товарних меж ринку.**Саме тому згідно Guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the EU regulatory framework for electronic communications networks and services (2018/C 159/01) розділу 2.2. Product market definition визначено саме* ***три критерії****:**Demand-side substitution**Supply–side substitution**Chain of substitution**Звертаємо увагу, що пункт (27) Guidelines, в якому зазначені лише два критерії, застосовується виключно у розрізі конкурентних обмежень для* ***поведінки*** *учасників ринку:**There are two main competitive constraints to consider in assessing the behaviour of undertakings in the market; (i) demand-side; and (ii) supply-side substitution.)* | **ВРАХОВАНО** | ланцюгова замінність. |
|  | Критерій взаємозамінності з боку попиту характеризує взаємозамінні послуги, зокрема з огляду на їх призначення, фізичні та функціональні характеристики і ціни, та дозволяє визначити послуги, до яких легко могли б перейти користувачі послуг у разі незначного, але тривалого (не менше одного року) підвищення цін (5-10 %) на дану послугу, припускаючи, що ціни на інші послуги залишаються постійними. ***Взаємозамінність послуг електронних комунікацій з боку попиту може бути визначено на підставі аналітичного (статистичного) дослідження (тестування).*** | **ТЕЛАС:**Критерій взаємозамінності з боку попиту характеризує взаємозамінні послуги, зокрема з огляду на їх призначення, фізичні та функціональні характеристики і ціни, та дозволяє визначити послуги, до яких легко могли б перейти користувачі послуг у разі незначного, але тривалого (не менше одного року) підвищення цін (5-10 %) на дану послугу, припускаючи, що ціни на інші послуги залишаються постійними.*(Обґрунтування. Пропонуємо виключити останнє речення, оскільки таке положення не передбачене ні законом, ні Guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the EU regulatory framework for electronic communications networks and services (2018/C 159/01).)* | **ВРАХОВАНО** | Критерій взаємозамінності з боку попиту характеризує взаємозамінні послуги, зокрема з огляду на їх призначення, фізичні та функціональні характеристики і ціни, та дозволяє визначити послуги, до яких легко могли б перейти користувачі послуг у разі незначного, але тривалого (не менше одного року) підвищення цін (5-10 %) на дану послугу, припускаючи, що ціни на інші послуги залишаються постійними. |
|  | Критерій взаємозамінності з боку пропозиції характеризує взаємозамінні послуги, зокрема з огляду на їх призначення, фізичні та функціональні характеристики і ціни, та дозволяє визначити ступінь достатнього або належного рівня готовності постачальників мереж та/або послуг, які на даний час не надають відповідні послуги, розпочати їх надання без здійснення значних витрат та ризиків у разі гіпотетичного незначного, але тривалого підвищення цін (5-10 %), припускаючи, що ціни на інші послуги залишаються постійними. ***Взаємозамінність послуг електронних комунікацій з боку пропозиції може бути визначено на підставі аналітичного (статистичного) дослідження (тестування).*** | **ТЕЛАС:**Критерій взаємозамінності з боку пропозиції характеризує взаємозамінні послуги з огляду на їх призначення, фізичні та функціональні характеристики і ціни, та дозволяє визначити ступінь достатнього або належного рівня готовності постачальників мереж та/або послуг, які на даний час не надають відповідні послуги, розпочати їх надання без здійснення значних витрат та ризиків у разі гіпотетичного незначного, але тривалого підвищення цін (5-10 %), припускаючи, що ціни на інші послуги залишаються постійними.*(Обґрунтування. Пропонуємо виключити останнє речення, оскільки таке положення не передбачене ні законом, ні Guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the EU regulatory framework for electronic communications networks and services (2018/C 159/01).)* | **ВРАХОВАНО** | Критерій взаємозамінності з боку пропозиції характеризує взаємозамінні послуги, зокрема з огляду на їх призначення, фізичні та функціональні характеристики і ціни, та дозволяє визначити ступінь достатнього або належного рівня готовності постачальників мереж та/або послуг, які на даний час не надають відповідні послуги, розпочати їх надання без здійснення значних витрат та ризиків у разі гіпотетичного незначного, але тривалого підвищення цін (5-10 %), припускаючи, що ціни на інші послуги залишаються постійними. |
|  | **Відсутній** | **ТЕЛАС:**Товарні межі відповідного ринку можуть бути розширені за рахунок ланцюгової замінності послуг, які хоча і не підлягають прямій заміні, повинні бути включені до визначення ринку через ланцюгову взаємозамінність.Ланцюгова взаємозамінність має місце, коли можна продемонструвати, що хоча дві послуги і не є прямою замінними, але існує третя послуга, яка є замінником для обох послуг, тому ці послуги можуть бути на одному і тому самому товарному ринку.*(Обґрунтування. Передбачено Guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the EU regulatory framework for electronic communications networks and services (2018/C 159/01) та використовувався АМКУ у своїх справах при визначені ринку.)* | **ВРАХОВАНО** | Товарні межі відповідного ринку можуть бути розширені за рахунок ланцюгової замінності послуг, які хоча і не підлягають прямій заміні, повинні бути включені до визначення ринку через ланцюгову взаємозамінність.Ланцюгова взаємозамінність має місце, коли можна продемонструвати, що хоча б дві послуги і не є прямо замінними, але існує третя послуга, яка є замінником для обох послуг, тому ці послуги можуть бути на одному і тому самому товарному ринку. |
|  | 6. Ринок певних послуг включає всі послуги, які є взаємозамінними ***з боку попиту та пропозиції.*** | **ТЕЛАС:**6. Ринок певних послуг включає всі послуги, які є взаємозамінними ***за результатами застосування критеріїв попиту, пропозиції та ланцюгової замінності.****(Обґрунтування. Див. коментар вище.)* | **ВРАХОВАНО** | 6. Ринок певних послуг включає всі послуги, які є взаємозамінними за результатами застосування критеріїв попиту, пропозиції та ланцюгової замінності. |
|  | 7. Якщо надання електронних комунікаційних послуг потребує суттєвої модернізації мережі, значних додаткових інвестицій або тривалого строку (не менше одного року) для впровадження послуги, що свідчить про потенційну конкуренцію, послуга не включається у ринок певних послуг, що аналізується. |  |  | 7. Якщо надання електронних комунікаційних послуг потребує суттєвої модернізації мережі, значних додаткових інвестицій або тривалого строку (не менше одного року) для впровадження послуги, що свідчить про потенційну конкуренцію, послуга не включається у ринок певних послуг, що аналізується. |
|  | 8. За відповідним обґрунтуванням товарні межі ринку певних послуг можуть бути розширені з метою врахування релевантних (подібних) послуг, зокрема на які можуть вплинути географічні особливості територій, та які, хоча й не є безпосередньо взаємозамінними, але мають бути включені у визначення ринку певних послуг: |  |  | 8. За відповідним обґрунтуванням товарні межі ринку певних послуг можуть бути розширені з метою врахування релевантних (подібних) послуг, зокрема на які можуть вплинути географічні особливості територій, та які, хоча й не є безпосередньо взаємозамінними, але мають бути включені у визначення ринку певних послуг: |
|  | технологічна конвергенція, яка дозволяє постачальникам мереж та/або послуг пропонувати подібні послуги за рахунок збіжності в технічному наданні послуг, які можуть вплинути на зменшення потенційних витрат під час виходу на ринок, зокрема оцінюється можливість таких послуг на перспективній основі частково або повністю замінити традиційні послуги електронних комунікацій; |  |  | технологічна конвергенція, яка дозволяє постачальникам мереж та/або послуг пропонувати подібні послуги за рахунок збіжності в технічному наданні послуг, які можуть вплинути на зменшення потенційних витрат під час виходу на ринок, зокрема оцінюється можливість таких послуг на перспективній основі частково або повністю замінити традиційні послуги електронних комунікацій; |
|  | ланцюгова замінність, якщо послуга А і послуга С не є безпосередньо взаємозамінними, послуга В є взаємозамінною послузі А і послузі С, і таким чином, послуги А і С можуть належати до одного ринку певних послуг, оскільки їхня ціна може бути обмежена замінністю послуги В; | **ТЕЛАС:*****Видалити****(Обґрунтування. Див. коментарі вище щодо визначення товарних меж ринку. Цей критерій є самостійним відповідно до Guidelines, що відображено вище.)* | **ВРАХОВАНО** | - |
|  | асиметрична взаємозамінність, якщо послуга А може бути взаємозамінною послузі В, навіть якщо послуга В не може бути взаємозамінною послузі А, що передбачає широке визначення ринку, яке охоплює обидві послуги. Це є особливо актуально, якщо технологічні розробки призводять до інновацій послуги, коли нова послуга включає всі функції попередньої, але набуває додаткових функцій або характеристик; |  |  | асиметрична взаємозамінність, якщо послуга А може бути взаємозамінною послузі В, навіть якщо послуга В не може бути взаємозамінною послузі А, що передбачає широке визначення ринку, яке охоплює обидві послуги. Це є особливо актуально, якщо технологічні розробки призводять до інновацій послуги, коли нова послуга включає всі функції попередньої, але набуває додаткових функцій або характеристик; |
|  | суміжні ринки, які характеризуються прямою взаємозалежністю та є дотичними, тобто кілька оптових ринків можуть надавати оптові вихідні ресурси для відповідного роздрібного ринку, і, навпаки, один оптовий ринок може надавати оптові вихідні ресурси для різних роздрібних ринків; |  |  | суміжні ринки, які характеризуються прямою взаємозалежністю та є дотичними, тобто кілька оптових ринків можуть надавати оптові вихідні ресурси для відповідного роздрібного ринку, і, навпаки, один оптовий ринок може надавати оптові вихідні ресурси для різних роздрібних ринків; |
|  | інші фактори та закономірності, що були виявлені під час визначення товарних меж ринку певних послуг та які різносторонньо характеризують цей ринок. |  |  | інші фактори та закономірності, що були виявлені під час визначення товарних меж ринку певних послуг та які різносторонньо характеризують цей ринок. |
|  | 9. Географічні межі ринку визначаються шляхом встановлення території, у межах якої постачальники мереж мають можливість надавати послуги та за межами якої, з точки зору користувачів придбання послуг (взаємозамінних послуг) є неможливим або недоцільним. |  |  | 9. Географічні межі ринку визначаються шляхом встановлення території, у межах якої постачальники мереж мають можливість надавати послуги та за межами якої, з точки зору користувачів придбання послуг (взаємозамінних послуг) є неможливим або недоцільним. |
|  | 10. Географічна одиниця, з якої починається визначення географічних меж ринку певних послуг, встановлюється з урахуванням таких характеристик: |  |  | 10. Географічна одиниця, з якої починається визначення географічних меж ринку певних послуг, встановлюється з урахуванням таких характеристик: |
|  | розмір географічної одиниці має бути оптимальним, щоб уникнути ресурсномісткого та обтяжливого мікроаналізу, який може призвести до фрагментації ринку; |  |  | розмір географічної одиниці має бути оптимальним, щоб уникнути ресурсномісткого та обтяжливого мікроаналізу, який може призвести до фрагментації ринку; |
|  | географічна одиниця відображає структуру або топологію мережі всіх відповідних постачальників мереж та/або послуг; | **ТЕЛАС:**географічна одиниця відображає структуру або топологію ***(фізичну інфраструктуру)*** мережі всіх відповідних постачальників мереж та/або послуг;*(Обґрунтування. Уточнення різниці між структурою та топологією мережі.)* | **ВРАХОВАНО** | географічна одиниця відображає структуру або топологію (фізичну інфраструктуру) мережі всіх відповідних постачальників мереж та/або послуг; |
|  | географічна одиниця має чітку та стабільну територію з урахуванням часових меж дослідження ринку. |  |  | географічна одиниця має чітку та стабільну територію з урахуванням часових меж дослідження ринку. |
|  | 11. Географічні межі ринку можуть включати територію держави, територію Автономної Республіки Крим, областей, міст Києва та Севастополя, районів або частини їх території, у межах якої за звичайних умов користувач може задовольнити свій попит на певну послугу або територію здійснення діяльності постачальником. |  |  | 11. Географічні межі ринку можуть включати територію держави, територію Автономної Республіки Крим, областей, міст Києва та Севастополя, районів або частини їх території, у межах якої за звичайних умов користувач може задовольнити свій попит на певну послугу або територію здійснення діяльності постачальником. |
|  | 12. Географічні межі ринку певних послуг можуть бути визначені на основі таких критеріїв: |  |  | 12. Географічні межі ринку певних послуг можуть бути визначені на основі таких критеріїв: |
|  | територіальний (територія охоплена мережею); |  |  | територіальний (територія охоплена мережею); |
|  | правовий (існування географічних меж, встановлених законодавством); |  |  | правовий (існування географічних меж, встановлених законодавством); |
|  | регуляторний (наявність відповідних дозвільних документів, доступ до мережі та взаємоз’єднання); |  |  | регуляторний (наявність відповідних дозвільних документів, доступ до мережі та взаємоз’єднання); |
|  | ціновий ***(подібний рівень цін на аналогічні послуги*** в межах певної території). | **ТЕЛАС:**ціновий ***(рівень співвідношення цін на товари, прийнятний для споживача*** в межах певної території)*(Обґрунтування. Пропонуємо сформулювати так, як існує практика застосування цього критерію у конкурентному законодавстві.)* | **ВІДХИЛЕНО**Оскільки рівень співвідношення цін на товари, прийнятний для споживача свідчить про соціальне розшарування населення, а не про рівень співвідношення попиту та пропозиції на аналогічні послуги.Крім того, запропонована версія стосується виключно фізичних осіб, що не враховує інших учасників ринку, в тому числі юридичних осіб. Так, згідно пункту 121 статті 2 Закону ЕК споживач послуг - будь-яка фізична особа, яка використовує або замовляє електронну комунікаційну послугу для власних потреб та не надає електронних комунікаційних послуг. | ціновий (подібний рівень цін на аналогічні послуги в межах певної території). |
|  | 13. Під час визначення товарних та географічних меж ринку певних послуг необхідно враховувати рівень інфраструктурної конкуренції на відповідних географічних територіях. |  | **ВРАХОВАНО по суті з пунктів 163 та 164** | 13. Під час визначення товарних та географічних меж ринку певних послуг необхідно враховувати:- рівень інфраструктурної конкуренції на відповідних географічних територіях;- чи є умови конкуренції достатньо однорідними на відповідних географічних територіях та які можна відрізнити від сусідніх територій.Зазначені умови конкуренції характеризуються на підставі наявної інформації про обсяги надання певних послуг на різних територіях, наявності значних відмінностей у цінах на ці послуги та їх якості, регіональні відмінності в системі дистрибуції послуг та інші специфічні відмінності між різними територіями.Якщо умови конкуренції змінюються (включаючи потенційні обмеження конкуренції), відповідні ринки певних послуг можуть бути географічно розділені керуючись критеріями, визначеними в пункті 12 цього розділу. |
|  | 14. Умови конкуренції визначаються на підставі наявної інформації про обсяги надання певних послуг на різних територіях, наявності значних відмінностей у цінах на ці послуги та їх якості, регіональні відмінності в системі дистрибуції послуг та інші специфічні відмінності між різними територіями. | **ТЕЛАС:*****Видалити****(Обґрунтування. Умови конкуренції визначаються на етапі аналізу ринку певних послуг, а не на стадії визначення його товарних та географічних меж. Зокрема умови конкуренції не є визначальними для географічних меж ринку, а процедура визначається в подальших розділах цього порядку.)* | **ВРАХОВАНО по суті в пункті 162**Оскільки згідно пункту 48 Guidelines 2018/C 159/01 According to established case-law, the relevant geographic market comprises an area in which the undertakings concerned are involved in the supply and demand of the relevant products or services, in which the conditions of competition are sufficiently homogeneous, and which can be distinguished from neighbouring areas in which the prevailing conditions of competition are significantly different. Areas in which the conditions of competition are heterogeneous do not constitute a uniform market. (Згідно з усталеною прецедентною практикою, відповідний географічний ринок включає зону, в якій відповідні підприємства залучені до задоволення пропозиції та попиту на відповідні продукти або послуги, в якій умови конкуренції є достатньо однорідними та яку можна відрізнити від сусідніх зон, де переважні умови конкуренції істотно відрізняються. Географічні зони, умови конкуренції яких є неоднорідними, не утворюють єдиного ринку.) |  |
|  | 15. Якщо умови конкуренції змінюються (включаючи потенційні обмеження конкуренції), відповідні ринки певних послуг можуть бути географічно розділені керуючись критеріями, визначеними в пункті 12 цього розділу. | **ТЕЛАС:*****Видалити****(Обґрунтування. Див. коментар вище.)* | **ВРАХОВАНО по суті в пункті 162**Див. роз’яснення до пункту 163. |  |
|  | 16. Часові межі дослідження ринку певних послуг охоплюють час від закінчення проведення попереднього аналізу ринку, за умови його наявності, та складати не менше одного року, що передує даті проведення визначення ринків певних послуг. |  |  | 16. Часові межі дослідження ринку певних послуг охоплюють час від закінчення проведення попереднього аналізу ринку, за умови його наявності, та складати не менше одного року, що передує даті проведення визначення ринків певних послуг. |
|  |  |  |  |  |
|  | **VI. Тест трьох критеріїв** |  |  | **VI. Тест трьох критеріїв** |
|  | 1. НКЕК визначає, чи ринок є таким, що підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань перевіряючи наступні сукупні критерії: |  |  | 1. НКЕК визначає, чи ринок є таким, що підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань перевіряючи наступні сукупні критерії: |
|  | високі та постійні структурні, правові чи регуляторні бар’єри доступу до ринку; |  |  | високі та постійні структурні, правові чи регуляторні бар’єри доступу до ринку; |
|  | існуюча структура ринку не сприяє досягненню ефективної конкуренції протягом певного періоду, враховуючи стан конкуренції, що залежить від фізичної інфраструктури електронних комунікацій та інших факторів, що обумовлюють рівень конкуренції, крім бар’єрів доступу до ринку; |  |  | існуюча структура ринку не сприяє досягненню ефективної конкуренції протягом певного періоду, враховуючи стан конкуренції, що залежить від фізичної інфраструктури електронних комунікацій та інших факторів, що обумовлюють рівень конкуренції, крім бар’єрів доступу до ринку; |
|  | застосування виключно законодавства про захист економічної конкуренції недостатньо для вирішення виявлених проблем на ринку. |  |  | застосування виключно законодавства про захист економічної конкуренції недостатньо для вирішення виявлених проблем на ринку. |
|  | 2. Структурні (технологічні) бар’єри виникають, коли специфіка технології, структура супутніх витрат та рівень попиту створюють асиметричні умови для діючих на ринку постачальників та їх потенційних конкурентів, що може призвести до створення перешкод для входження на ринок або створює невигідні умови для входження на ринок. |  |  | 2. Структурні (технологічні) бар’єри виникають, коли специфіка технології, структура супутніх витрат та рівень попиту створюють асиметричні умови для діючих на ринку постачальників та їх потенційних конкурентів, що може призвести до створення перешкод для входження на ринок або створює невигідні умови для входження на ринок. |
|  | Адміністративні (регуляторні) бар’єри випливають із законодавчих, нормативних або ***регулювальних*** вимог, що здійснюють безпосередній вплив на умови входження на ринок (обмеження кількості користувачів радіочастотного спектру України, які використовують його для надання послуг; обмежена кількість ліцензій на користування радіочастотним спектром України та дозволів на користування ресурсом нумерації; заходи щодо контролю за цінами; надання ексклюзивних прав тощо). | **ТЕЛАС:**Адміністративні (регуляторні) бар’єри випливають із законодавчих, нормативних або ***регуляторних*** вимог, що здійснюють безпосередній вплив на умови входження на ринок (обмеження кількості користувачів радіочастотного спектру України, які використовують його для надання послуг; обмежена кількість ліцензій на користування радіочастотним спектром України та дозволів на користування ресурсом нумерації; заходи щодо контролю за цінами; надання ексклюзивних прав тощо).*(Обґрунтування. Редакційно.)* | **ВРАХОВАНО** | Адміністративні (регуляторні) бар’єри випливають із законодавчих, нормативних або регуляторних вимог, що здійснюють безпосередній вплив на умови входження на ринок (обмеження кількості користувачів радіочастотного спектру України, які використовують його для надання послуг; обмежена кількість ліцензій на користування радіочастотним спектром України та дозволів на користування ресурсом нумерації; заходи щодо контролю за цінами; надання ексклюзивних прав тощо). |
|  | 3. Тенденція до ефективної конкуренції передбачає, що ринок певних послуг досягне стану ефективної конкуренції за відсутності попереднього регулювання протягом періоду проведення аналізу ринку або зробить це після цього періоду, за умови наявності чітких доказів позитивної динаміки щодо стану такої конкуренції. |  |  | 3. Тенденція до ефективної конкуренції передбачає, що ринок певних послуг досягне стану ефективної конкуренції за відсутності попереднього регулювання протягом періоду проведення аналізу ринку або зробить це після цього періоду, за умови наявності чітких доказів позитивної динаміки щодо стану такої конкуренції. |
|  | Здатність нових постачальників мереж та/або послуг швидко збільшувати свою частку на ринку певних послуг може свідчити про те, що відповідний ринок є більш конкурентним, і що бар’єри на шляху входження можна подолати у обґрунтовані цим аналізом прогнозовані терміни, які будуть зазначені у звіті про аналіз ринку. |  |  | Здатність нових постачальників мереж та/або послуг швидко збільшувати свою частку на ринку певних послуг може свідчити про те, що відповідний ринок є більш конкурентним, і що бар’єри на шляху входження можна подолати у обґрунтовані цим аналізом прогнозовані терміни, які будуть зазначені у звіті про аналіз ринку. |
|  | 4. Якщо для надання певної послуги необхідно забезпечити наявність елементів мережі або інфраструктури, які не можуть бути дубльовані, або вартість дублювання яких конкурентами є економічно недоцільним, то стан конкуренції на ринку певних послуг вважається залежним від фізичної інфраструктури електронних комунікацій. |  |  | 4. Якщо для надання певної послуги необхідно забезпечити наявність елементів мережі або інфраструктури, які не можуть бути дубльовані, або вартість дублювання яких конкурентами є економічно недоцільним, то стан конкуренції на ринку певних послуг вважається залежним від фізичної інфраструктури електронних комунікацій. |
|  | 5. Якщо на ринку певних послуг наявні постачальники мереж та/або послуг мають можливості для значної економії на масштабі та/або економії на різноманітності послуг, та/або економії на щільності; а також мають тривалі господарські зв’язки з користувачами, довгострокові угоди щодо надання певних послуг тощо, то стан конкуренції на ринку вважається залежним від таких факторів. |  |  | 5. Якщо на ринку певних послуг наявні постачальники мереж та/або послуг мають можливості для значної економії на масштабі та/або економії на різноманітності послуг, та/або економії на щільності; а також мають тривалі господарські зв’язки з користувачами, довгострокові угоди щодо надання певних послуг тощо, то стан конкуренції на ринку вважається залежним від таких факторів. |
|  | 6. Третій критерій використовується для оцінювання достатності наявних коригувальних заходів або таких, що можуть бути застосовані відповідно до законодавства захист економічної конкуренції для усунення виявлених стійких порушень на ринку певних послуг. |  |  | 6. Третій критерій використовується для оцінювання достатності наявних коригувальних заходів або таких, що можуть бути застосовані відповідно до законодавства захист економічної конкуренції для усунення виявлених стійких порушень на ринку певних послуг. |
|  | На ринку певних послуг запровадження регуляторних зобов’язань визнається недоцільним у разі підтвердження що критерії зазначені у пункті 1 даного розділу не виконуються.  |  |  | На ринку певних послуг запровадження регуляторних зобов’язань визнається недоцільним у разі підтвердження що критерії зазначені у пункті 1 даного розділу не виконуються.  |
|  | 7. Застосування тесту трьох критеріїв здійснюється під час визначення ринку певних послуг та/або аналізу ринку певних послуг: |  |  | 7. Застосування тесту трьох критеріїв здійснюється під час визначення ринку певних послуг та/або аналізу ринку певних послуг: |
|  | 1) проводиться перевірка виконання одночасно трьох критеріїв на відповідному ринку певних послуг; |  |  | 1) проводиться перевірка виконання одночасно трьох критеріїв на відповідному ринку певних послуг; |
|  | 2) якщо у сукупності виконуються три критерії, то тест трьох критеріїв вважається пройденим; |  |  | 2) якщо у сукупності виконуються три критерії, то тест трьох критеріїв вважається пройденим; |
|  | 3) якщо на ринку не виконується хоча б один із трьох критеріїв, то тест трьох критеріїв вважається не пройденим. |  |  | 3) якщо на ринку не виконується хоча б один із трьох критеріїв, то тест трьох критеріїв вважається не пройденим. |
|  |  |  |  |  |
|  | **VII. Визначення постачальників мереж та/або послуг із значним ринковим впливом на ринку певних послуг** |  |  | **VII. Визначення постачальників мереж та/або послуг із значним ринковим впливом на ринку певних послуг** |
|  | 1. Під час виявлення постачальників із ЗРВ на ринку певних послуг застосовуються критерії, визначені цим розділом та враховуються наявні ринкові умови, очікувані або передбачувані ринкові зміни протягом наступного періоду проведення аналізу за відсутності попереднього регулювання. Цей аналіз повинен враховувати вплив інших видів регулювання, що застосовуються до пов’язаних з ними оптових ринків певних послуг протягом наступного періоду проведення аналізу. |  |  | 1. Під час виявлення постачальників із ЗРВ на ринку певних послуг застосовуються критерії, визначені цим розділом та враховуються наявні ринкові умови, очікувані або передбачувані ринкові зміни протягом наступного періоду проведення аналізу за відсутності попереднього регулювання. Цей аналіз повинен враховувати вплив інших видів регулювання, що застосовуються до пов’язаних з ними оптових ринків певних послуг протягом наступного періоду проведення аналізу. |
|  | 2. Базовим критерієм ринкового впливу є частка ринку, що характеризує структуру ринку та відносну питому вагу різних постачальників, які діють на ринку певних послуг. Частки ринку розглядаються в розрізі відповідних ринкових умов, зокрема, динаміки ринку та ступеня диференціації послуг (пакет послуг тощо). |  |  | 2. Базовим критерієм ринкового впливу є частка ринку, що характеризує структуру ринку та відносну питому вагу різних постачальників, які діють на ринку певних послуг. Частки ринку розглядаються в розрізі відповідних ринкових умов, зокрема, динаміки ринку та ступеня диференціації послуг (пакет послуг тощо). |
|  | 3. Показники, які використовуються для визначення частки ринку кожного постачальника, залежать від характеристик відповідного ринку певних послуг. |  |  | 3. Показники, які використовуються для визначення частки ринку кожного постачальника, залежать від характеристик відповідного ринку певних послуг. |
|  | Для визначення частки ринку можуть бути використані показники – обсягу продажів, обсягу продажів за вартістю, обсягу користувачів певними послугами, інші показники обсягу, що характеризують техніко-економічний стан постачальника. |  |  | Для визначення частки ринку можуть бути використані показники – обсягу продажів, обсягу продажів за вартістю, обсягу користувачів певними послугами, інші показники обсягу, що характеризують техніко-економічний стан постачальника. |
|  | У випадку диференційованих (пакетних) послуг перевага надається показникам обсягу продажів та відповідній частці постачальника на ринку певних послуг, оскільки вони краще відображають відносну позицію та вплив кожного постачальника. |  |  | У випадку диференційованих (пакетних) послуг перевага надається показникам обсягу продажів та відповідній частці постачальника на ринку певних послуг, оскільки вони краще відображають відносну позицію та вплив кожного постачальника. |
|  | 4. Значна частка ринку (50 % і більше), яку утримує постачальник протягом певного часу, може вказувати на наявність ЗРВ за винятком певних обставин, в той же час, постачальники з ринковою часткою не більше 25 % може вказувати на відсутність ЗРВ на відповідному ринку певних послуг. |  |  | 4. Значна частка ринку (50 % і більше), яку утримує постачальник протягом певного часу, може вказувати на наявність ЗРВ за винятком певних обставин, в той же час, постачальники з ринковою часткою не більше 25 % може вказувати на відсутність ЗРВ на відповідному ринку певних послуг. |
|  | 5. Якщо постачальник має значну частку ринку, але в динаміці поступово її втрачає, це може свідчити про те, що ринок певних послуг стає більш конкурентним, але не виключає виявлення ЗРВ. |  |  | 5. Якщо постачальник має значну частку ринку, але в динаміці поступово її втрачає, це може свідчити про те, що ринок певних послуг стає більш конкурентним, але не виключає виявлення ЗРВ. |
|  | 6. Чим більша частка ринку та тривалий період часу, протягом якого її утримує постачальник, тим вища ймовірність того, що вона є важливою попередньою ознакою ЗРВ постачальника на ринку певних послуг. |  |  | 6. Чим більша частка ринку та тривалий період часу, протягом якого її утримує постачальник, тим вища ймовірність того, що вона є важливою попередньою ознакою ЗРВ постачальника на ринку певних послуг. |
|  | 7. Значні коливання частки ринку з часом можуть свідчити про відсутність ринкового впливу на ринку певних послуг. Також здатність нового учасника швидко збільшити свою частку ринку може свідчити про те, що відповідний ринок є більш конкурентним, і що бар’єри для входу можна подолати в розумні строки. |  |  | 7. Значні коливання частки ринку з часом можуть свідчити про відсутність ринкового впливу на ринку певних послуг. Також здатність нового учасника швидко збільшити свою частку ринку може свідчити про те, що відповідний ринок є більш конкурентним, і що бар’єри для входу можна подолати в розумні строки. |
|  | 8. Наявність великої частки ринку означає, що відповідний постачальник може мати ЗРВ та займати на ринку певних послуг становище еквіваленте домінуючому. |  |  | 8. Наявність великої частки ринку означає, що відповідний постачальник може мати ЗРВ та займати на ринку певних послуг становище еквіваленте домінуючому. |
|  | Якщо частка ринку не більше 50 %, то для визначення постачальника (ів) з ЗРВ додатково враховуються інші ключові структурні характеристики ринку певних послуг, які визначені в пункті 9 цього розділу. |  |  | Якщо частка ринку не більше 50 %, то для визначення постачальника (ів) з ЗРВ додатково враховуються інші ключові структурні характеристики ринку певних послуг, які визначені в пункті 9 цього розділу. |
|  | 9. Під час визначення постачальника, який індивідуально має ЗРВ можуть бути використані такі критерії: |  |  | 9. Під час визначення постачальника, який індивідуально має ЗРВ можуть бути використані такі критерії: |
|  | наявність залежних від постачальника на ринку певних послуг бар’єрів для входу на цей ринок інших постачальників; |  |  | наявність залежних від постачальника на ринку певних послуг бар’єрів для входу на цей ринок інших постачальників; |
|  | наявність бар’єрів, що заважають існуючим постачальникам збільшувати їх частку ринку; |  |  | наявність бар’єрів, що заважають існуючим постачальникам збільшувати їх частку ринку; |
|  | класифікація підприємства; |  |  | класифікація підприємства; |
|  | наявність інфраструктури, яку складно дублювати; |  |  | наявність інфраструктури, яку складно дублювати; |
|  | технологічні та комерційні переваги; |  |  | технологічні та комерційні переваги; |
|  | відсутність або низький рівень купівельної спроможності споживача; | **ІнАУ:****Виключити***(Обґрунтування. Не зрозуміло, як НКЕК буде досліджувати, визначати та застосовувати критерій «відсутність або низький рівень купівельної спроможності споживача».)* | **ВІДХИЛЕНО**Оскільки пунктом 58 даний критерій передбачено в Guidelines 2018/C 159/01, що імплементується в національне законодавство в рамках інтеграції України в ЄС (absence of or low countervailing buying power - відсутня або слабка компенсаційна купівельна спроможність). | відсутність або низький рівень купівельної спроможності споживача; |
|  | легкий або привілейований доступу до ринків капіталу/фінансових ресурсів; |  |  | легкий або привілейований доступу до ринків капіталу/фінансових ресурсів; |
|  | диверсифікація послуг (пакетні послуги тощо); |  |  | диверсифікація послуг (пакетні послуги тощо); |
|  | економія на масштабі; |  |  | економія на масштабі; |
|  | економія обсягу; |  |  | економія обсягу; |
|  | прямі та непрямі мережеві ефекти; |  |  | прямі та непрямі мережеві ефекти; |
|  | вертикальна інтеграція; |  |  | вертикальна інтеграція; |
|  | високорозвинена мережа дистрибуції та збуту; |  |  | високорозвинена мережа дистрибуції та збуту; |
|  | укладання довгострокових і стійких угод про надання послуг; |  |  | укладання довгострокових і стійких угод про надання послуг; |
|  | участь у договірних відносинах з іншими постачальниками мереж та/або послуг на ринку певних послуг, що може призвести до обмежень щодо доступу на ринок; |  |  | участь у договірних відносинах з іншими постачальниками мереж та/або послуг на ринку певних послуг, що може призвести до обмежень щодо доступу на ринок; |
|  | відсутність потенційної конкуренції; |  |  | відсутність потенційної конкуренції; |
|  | інші фактори та закономірності, що були виявлені під час визначення постачальника із індивідуальним ЗРВ та які різносторонньо характеризують його вплив на ринку певних послуг. |  |  | інші фактори та закономірності, що були виявлені під час визначення постачальника із індивідуальним ЗРВ та які різносторонньо характеризують його вплив на ринку певних послуг. |
|  | 10. Значний ринковий вплив постачальників може випливати з комбінації критеріїв, вказаних в пункті 9 цього розділу, які в сукупності будуть вирішальними для визначення постачальника із індивідуальним ЗРВ. |  |  | 10. Значний ринковий вплив постачальників може випливати з комбінації критеріїв, вказаних в пункті 9 цього розділу, які в сукупності будуть вирішальними для визначення постачальника із індивідуальним ЗРВ. |
|  | 11. Спільний значний ринковий вплив або становище економічної сили можуть мати декілька постачальників, які юридично та економічно незалежні один від одного, за умови, якщо вони діють разом на ринку певних послуг, що дозволяє їм передбачати поведінку один одного. Наявність угоди про взаємодію або інших зв’язків відповідно до законодавства не є обов’язковою умовою для визначення спільного ЗРВ. | **ТЕЛАС:***(Обґрунтування. Потребує обговорення, оскільки не врахований критерій відсутності конкуренції між постачальниками, який за аналогією із законодавством про захист економічної конкуренції може свідчити про спільний ЗРВ.)* | **ВІДХИЛЕНО**Згідно пункту 86 статті 2 Закону ЕК визначено, що постачальник електронних комунікаційних мереж та/або послуг із значним ринковим впливом - постачальник, який самостійно або разом з іншими суб’єктами господарювання займає на ринку електронних комунікацій становище, еквівалентне домінуючому, а саме має економічний потенціал, який дає змогу діяти на ринку переважно незалежно від конкурентів і кінцевих користувачів. Визначення становища як еквівалентного домінуючому здійснюється регуляторним органом з урахуванням законодавства про захист економічної конкуренції.Водночас, пунктами 65 – 67 даний критерій передбачено в Guidelines 2018/C 159/01, що імплементується в національне законодавство в рамках інтеграції України в ЄС.Наведена пропозиція стосується суб’єктів господарювання, які займають монопольне (домінуюче) становище на ринку (стаття 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції»), належить до повноважень АМКУ згідно пункту 11 статті 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України». | 11. Спільний значний ринковий вплив або становище економічної сили можуть мати декілька постачальників, які юридично та економічно незалежні один від одного, за умови, якщо вони діють разом на ринку певних послуг, що дозволяє їм передбачати поведінку один одного. Наявність угоди про взаємодію або інших зв’язків відповідно до законодавства не є обов’язковою умовою для визначення спільного ЗРВ. |
|  | 12. Постачальники, які мають спільний ЗРВ існують тоді, коли, з огляду на фактичні характеристики ринку певних послуг, кожен учасник ринку певних послуг, усвідомлюючи спільні інтереси, вважає можливим, економічно раціональним, а отже, доцільним прийняти на довготривалій основі спільну політику щодо їхньої ринкової поведінки з метою продажу послуг за цінами, ***відмінні від рівноважних*** без необхідності укладати угоду чи вдаватися до узгодженої практики та без будь-якої фактичної чи потенційної конкуренції учасників, а також без суттєвої втрати користувачів своїх послуг. | **ТЕЛАС:**12. Постачальники, які мають спільний ЗРВ існують тоді, коли, з огляду на фактичні характеристики ринку певних послуг, кожен учасник ринку певних послуг, усвідомлюючи спільні інтереси, вважає можливим, економічно раціональним, а отже, доцільним прийняти на довготривалій основі спільну політику щодо їхньої ринкової поведінки з метою продажу послуг за цінами, ***вищими за конкурентні,*** без необхідності укладати угоду чи вдаватися до узгодженої практики та без будь-якої фактичної чи потенційної конкуренції учасників, а також без суттєвої втрати користувачів своїх послуг.*(Обґрунтування. Узгоджено з текстом документу ЄС нижче, з якого брався даний пункт**Guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the EU regulatory framework for electronic communications networks and services (Text with EEA relevance) (2018/C 159/01)**66. A collective dominant position exists where, in view of actual characteristics of the relevant market, each member of the dominant oligopoly in question, as it becomes aware of common interests, considers it possible, economically rational, and hence preferable, to adopt — on a lasting basis — a common policy for their market conduct with the* ***aim of selling at above competitive prices****, without having to enter into an agreement or resort to a concerted practice within the meaning of Article 101 of the Treaty and without any actual or potential competitors, customers or consumers, being able to react effectively ( 69).)* | **ВРАХОВАНО** | 12. Постачальники, які мають спільний ЗРВ існують тоді, коли, з огляду на фактичні характеристики ринку певних послуг, кожен учасник ринку певних послуг, усвідомлюючи спільні інтереси, вважає можливим, економічно раціональним, а отже, доцільним прийняти на довготривалій основі спільну політику щодо їхньої ринкової поведінки з метою продажу послуг за цінами, вищими за конкурентні, без необхідності укладати угоду чи вдаватися до узгодженої практики та без будь-якої фактичної чи потенційної конкуренції учасників, а також без суттєвої втрати користувачів своїх послуг. |
|  | **Відсутній** | **ТЕЛАС:**12. Спільний ЗРВ існує тоді, коли у декількох постачальників, разом узятих, на цьому ринку немає жодного конкурента, та вони не зазнають значної конкуренції внаслідок наявності бар'єрів для доступу на ринок інших суб'єктів господарювання, наявності пільг чи інших обставин.*(Обґрунтування. Запропонована первинна редакція фактично описує дії, які кваліфікуються як антиконкурентні узгоджені (схожі) дії (ч. 3 статті 6 Закону Про захист економічної конкуренції), а не як колективне домінуюче становище. Що розуміється під спільними інтересами? Який критерій довготривалості та спільності політики?)* | **ВІДХИЛЕНО**Див. роз’яснення до пункту 214. |  |
|  | 13. Для визначення постачальників, які мають спільний ЗРВ на ринку певних послуг мають одночасно виконуватися наступні критерії: |  |  | 13. Для визначення постачальників, які мають спільний ЗРВ на ринку певних послуг мають одночасно виконуватися наступні критерії: |
|  | достатня прозорість – кожен учасник ринку певних послуг має можливість доступу до інформації щодо поведінки інших учасників на ринку певних послуг, щоб контролювати, чи приймають вони спільну політику, стратегію та чи підтримують її своїми діями; | **ТЕЛАС:**достатня прозорість – кожен учасник ринку певних послуг має можливість ***швидкого*** доступу до ***чіткої*** інформації щодо поведінки інших учасників на ринку певних послуг, щоб контролювати, чи приймають вони спільну політику, стратегію та чи підтримують її своїми діями. ***При цьому, не достатньою є можливість доступу до інформації, що поведінка на ринку є прибутковою для усіх учасників, кожен учасник ринку має мати інструменти отримання доступу до інформації чи інші учасники ринку приймають ідентичну стратегію поведінки на ринку і чи підтримують її;****(Обґрунтування. Дане положення не відповідає документу ЄС нижче, з якого воно було запозичене.**Guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the EU regulatory framework for electronic communications networks and services (Text with EEA relevance) (2018/C 159/01)**67. The General Court held in Airtours that three cumulative conditions are necessary for a finding of collective dominance as defined (**70):**— First, each member of the dominant oligopoly must have the ability to know how the other members are**behaving in order to monitor whether or not they are adopting a common policy.* ***It is not enough for each member of the dominant oligopoly to be aware that interdependent market conduct is profitable for all of them but each member must also have a means of knowing whether the other operators are adopting the same strategy and whether they are maintaining it.*** *There must, therefore, be sufficient market transparency for all members of the dominant oligopoly to be aware,* ***sufficiently precisely and quickly, of the way in which the other members' market conduct is evolving****;)* | **ВРАХОВАНО по суті**Дане положення відповідає документу ЄС (Guidelines 2018/C 159/01) в повному обсязі та згідно офіційного державного перекладу «по-перше, кожен член домінантної олігополії повинен мати змогу отримувати інформацію про поведінку інших членів, щоб контролювати дотримання ними спільної політики. Кожному члену домінантної олігополії недостатньо просто усвідомлювати, що взаємозалежна поведінка на ринку є вигідною для всіх членів. Кожен член повинен мати змогу отримувати інформацію про ухвалення іншими операторами тієї самої стратегії та її дотримання. Таким чином, ринок повинен бути достатньо прозорим, щоб усі учасники домінантної олігополії могли достатньо точно й швидко дізнаватися про те, як розвивається ринкова поведінка інших членів;». | достатня прозорість – кожен учасник ринку певних послуг має можливість достатньо точно й швидко дізнаватися щодо поведінки інших учасників на ринку певних послуг, щоб контролювати, чи приймають вони спільну політику, стратегію та чи підтримують її своїми діями; |
|  | **Відсутній** | **ТЕЛАС:**відсутня конкуренція між учасниками ринку певних послуг;*(Обґрунтування. Запропоновані критерії є фактично антиконкурентними узгодженими діями і не розкривають сутність спільного ЗРВ. Пропонуємо інші критерії.)* | **ВІДХИЛЕНО**Див. роз’яснення до пункту 214. |  |
|  | надійні механізми стримування – ситуація мовчазної координації має бути стійкою в часі, тобто має бути стимул не відходити від спільної політики на ринку певних послуг протягом тривалого періоду. За таких умов характерно, що всі учасники ринку певних послуг дотримуються паралельної поведінкита можуть отримати користь від цих дій. Тобто кожен учасник ринку певних послуг розуміє, що його дії, спрямовані на збільшення своєї частки на ринку, спровокували б ідентичні дії з боку інших, тому він не отримає жодної вигоди від своєї ініціативи в перспективі; | **ТЕЛАС:**немає жодного іншого конкурента на ринку певних послуг.*(Обґрунтування. Див. обґрунтування вище.)* | **ВІДХИЛЕНО**Див. роз’яснення до пункту 214. | надійні механізми стримування – ситуація мовчазної координації має бути стійкою в часі, тобто має бути стимул не відходити від спільної політики на ринку певних послуг протягом тривалого періоду. За таких умов характерно, що всі учасники ринку певних послуг дотримуються паралельної поведінкита можуть отримати користь від цих дій. Тобто кожен учасник ринку певних послуг розуміє, що його дії, спрямовані на збільшення своєї частки на ринку, спровокували б ідентичні дії з боку інших, тому він не отримає жодної вигоди від своєї ініціативи в перспективі; |
|  | відсутність ефективних зовнішніх обмежень – необхідно встановити, що передбачувана реакція нинішніх і майбутніх конкурентів, а також користувачів послуг не поставить під загрозу очікувані результати спільної політики. | **ТЕЛАС:****Виключити***(Обґрунтування. Див. обґрунтування вище.)* | **ВІДХИЛЕНО**Див. роз’яснення до пункту 214. | відсутність ефективних зовнішніх обмежень – необхідно встановити, що передбачувана реакція нинішніх і майбутніх конкурентів, а також користувачів послуг не поставить під загрозу очікувані результати спільної політики. |
|  | 14. Висновок щодо постачальників, які мають спільний ЗРВ може ґрунтуватися на інших сполучних факторах та залежатиме від економічної оцінки, в тому числі і від оцінки структури ринку певних послуг. Тобто два або більше постачальники мереж та/або послуг спільно мають ЗРВ на відповідному ринку, навіть якщо між ними немає відповідного зв’язку (структура власності тощо), але вони діють на ринку, де немає ефективної конкуренції та існує більше одного постачальника, який має індивідуальний ЗРВ на такому ринку. Це особливо вірогідно, якщо ринок має певні характеристики, зокрема щодо концентрації ринку, а також: |  | **ВРАХОВАНО по суті з пунктом 223**Відповідно до частини другої статті 83 Закону ЕК - порядок, передбачений в абзаці першому частини першої цієї статті, має передбачати з урахуванням вимог законодавства про економічну конкуренцію критерії, за якими встановлюється наявність у такого постачальника становища, еквівалентного домінуючому (становища економічної сили), що дає змогу йому вчиняти діяння (дії, бездіяльність) значною мірою незалежно від конкурентів та кінцевих користувачів.Крім цього, в пунктах 97, 98, та 99 Guidelines 2002/C 165/03 також передбачено, що наведений вище перелік не є вичерпним, а критерії не є кумулятивними. (98. Annex II of the framework Directive expressly states that the above is not an exhaustive list, nor are the criteria cumulative.) | 14. Висновок щодо постачальників, які мають спільний ЗРВ може ґрунтуватися на інших сполучних факторах та залежатиме від економічної оцінки, в тому числі і від оцінки структури ринку певних послуг. Тобто два або більше постачальники мереж та/або послуг спільно мають ЗРВ на відповідному ринку, навіть якщо між ними немає відповідного зв’язку (структура власності тощо), але вони діють на ринку, де немає ефективної конкуренції та існує більше одного постачальника, який має індивідуальний ЗРВ на такому ринку. Це особливо вірогідно, якщо ринок має певні характеристики, зокрема щодо концентрації ринку, а також комбінації певних характеристик ринку: |
|  | сталий ринок; |  |  | сталий ринок; |
|  | відсутнє або незначне зростання попиту; |  |  | відсутнє або незначне зростання попиту; |
|  | низька еластичність попиту; |  |  | низька еластичність попиту; |
|  | однорідність послуг; |  |  | однорідність послуг; |
|  | подібні структури витрат; |  |  | подібні структури витрат; |
|  | подібні частки ринку; |  |  | подібні частки ринку; |
|  | відсутність технічних інновацій, ***зрілі*** технології; | **ТЕЛАС:**відсутність технічних інновацій, ***застарілі*** технології;*(Обґрунтування. Що таке «зрілі технології»?)* | **ВРАХОВАНО** | відсутність технічних інновацій, застарілі технології; |
|  | відсутність ***додаткової потужності***; | **ТЕЛАС:**відсутність ***додаткових ресурсів для розвитку***;*(Обґрунтування. Що таке «додаткова потужність»?)* | **ВРАХОВАНО** | відсутність додаткових ресурсів для розвитку; |
|  | високі бар’єри входу на ринок; |  |  | високі бар’єри входу на ринок; |
|  | відсутність потенційної конкуренції; |  |  | відсутність потенційної конкуренції; |
|  | неформальні або інші зв’язки між зацікавленими постачальниками мереж та/або послуг; |  |  | неформальні або інші зв’язки між зацікавленими постачальниками мереж та/або послуг; |
|  | відсутність або обмеження можливостей для цінової конкуренції; |  |  | відсутність або обмеження можливостей для цінової конкуренції; |
|  | вертикальна інтеграція та загальна відмова від надання послуг; |  |  | вертикальна інтеграція та загальна відмова від надання послуг; |
|  | відсутність купівельної спроможності споживача; |  |  | відсутність купівельної спроможності споживача; |
|  | інші характеристики та закономірності, що були виявлені під час визначення постачальників із спільним ЗРВ, та які розкривають їх спільний вплив на ринку певних послуг. |  |  | інші характеристики та закономірності, що були виявлені під час визначення постачальників із спільним ЗРВ, та які розкривають їх спільний вплив на ринку певних послуг. |
|  | 15. Постачальники, які мають спільний ЗРВ можуть визначатись шляхом застосування комбінації певних характеристик ринку, вказаних в пункті 14 цього розділу, які в сукупності будуть вирішальними для визначення спільного ЗРВ. | **ТЕЛАС:****Виключити***(Обґрунтування. Стаття 83 Закону України «Про електронні комунікації» дає чітке визначення ЗРВ:**У випадках, передбачених частиною п’ятою статті 82 цього Закону, регуляторний орган у встановленому ним порядку визначає постачальника електронних комунікаційних мереж або постачальника електронних комунікаційних послуг таким, що має значний ринковий вплив, якщо він самостійно або спільно з іншими постачальниками електронних комунікаційних мереж чи постачальниками електронних комунікаційних послуг* ***займає становище на ринку, еквівалентне домінуючому, що дає можливість йому діяти значною мірою незалежно від конкурентів і кінцевих користувачів.****Комбінація характеристик ринку зазначених у пункті 14 не може визначити становище еквіваленте домінуючому.)* | **ВРАХОВАНО по суті в пункті 222** |  |
|  | 16. Якщо постачальник визначений таким, що має ЗРВ на ринку певних послуг, він може бути визначеним також, як такий, що має ЗРВ на тісно пов’язаному (суміжному) ринку певних послуг, якщо зв’язки між двома ринками дають змогу використовувати ринковий вплив на відповідному суміжному ринку певних послуг для зміцнення ринкового впливу такого постачальника. |  |  | 16. Якщо постачальник визначений таким, що має ЗРВ на ринку певних послуг, він може бути визначеним також, як такий, що має ЗРВ на тісно пов’язаному (суміжному) ринку певних послуг, якщо зв’язки між двома ринками дають змогу використовувати ринковий вплив на відповідному суміжному ринку певних послуг для зміцнення ринкового впливу такого постачальника. |
|  |  |  |  |  |
|  | **VІIІ. Консультації з учасниками ринку, іншими зацікавленими сторонами** |  |  | **VІIІ. Консультації з учасниками ринку, іншими зацікавленими сторонами** |
|  | 1. Консультації з учасниками ринку, іншими зацікавленими сторонами щодо ідентифікації, визначення та аналізу ринків певних послуг проводяться відповідно до статі 22 Закону. |  |  | 1. Консультації з учасниками ринку, іншими зацікавленими сторонами щодо ідентифікації, визначення та аналізу ринків певних послуг проводяться відповідно до статі 22 Закону. |
|  | 2. За результатами консультацій НКЕК узагальнює інформацію про результати обговорень, що оформлюється протоколом, який містить перелік учасників обговорення, результати розгляду всіх коментарів і пропозицій, які надійшли від зацікавлених сторін, з обґрунтуванням їх прийняття або відхилення. |  |  | 2. За результатами консультацій НКЕК узагальнює інформацію про результати обговорень, що оформлюється протоколом, який містить перелік учасників обговорення, результати розгляду всіх коментарів і пропозицій, які надійшли від зацікавлених сторін, з обґрунтуванням їх прийняття або відхилення. |
|  |  |  |  |  |
|  | **IX. Оцінка стану ринку певних послуг та наслідків в майбутньому, якщо такий ринок не підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань** |  |  | **IX. Оцінка стану ринку певних послуг та наслідків в майбутньому, якщо такий ринок не підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань** |
|  | 1. Оцінка стану ринку певних послуг та наслідків в майбутньому проводиться НКЕК за умови невиконання тесту трьох критеріїв, тобто в разі якщо ринок певних послуг визначено як такий, що не підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань. |  |  | 1. Оцінка стану ринку певних послуг та наслідків в майбутньому проводиться НКЕК за умови невиконання тесту трьох критеріїв, тобто в разі якщо ринок певних послуг визначено як такий, що не підпадає під запровадження регуляторних зобов’язань. |
|  | 2. Оцінка стану ринку певних послуг та наслідків в майбутньому проводиться з урахуванням таких факторів як: |  |  | 2. Оцінка стану ринку певних послуг та наслідків в майбутньому проводиться з урахуванням таких факторів як: |
|  | тенденції розвитку ринку, що впливають на ймовірність того, що на ринку може виникнути ефективна конкуренція в майбутньому; |  |  | тенденції розвитку ринку, що впливають на ймовірність того, що на ринку може виникнути ефективна конкуренція в майбутньому; |
|  | обмеження конкуренції на оптовому та роздрібному рівнях незалежно від того, чи вважаються причинами таких обмежень фактори, пов’язані з електронними комунікаційними мережами чи послугами або з іншими типами послуг або додатків (користувацьких комп’ютерних програм), що є аналогічними для кінцевого користувача, та незалежно від того, чи є такі фактори частиною ринку певних послуг; |  |  | обмеження конкуренції на оптовому та роздрібному рівнях незалежно від того, чи вважаються причинами таких обмежень фактори, пов’язані з електронними комунікаційними мережами чи послугами або з іншими типами послуг або додатків (користувацьких комп’ютерних програм), що є аналогічними для кінцевого користувача, та незалежно від того, чи є такі фактори частиною ринку певних послуг; |
|  | інші види регулювання або заходів, що встановлюються та впливають на такий ринок, або суміжний ринок, або роздрібні ринки електронних комунікацій протягом певного періоду, у тому числі зобов’язання щодо спільного розташування і використання елементів електронних комунікаційних мереж, взаємоз’єднання мереж та доступу, встановлені відповідно до Закону; |  |  | інші види регулювання або заходів, що встановлюються та впливають на такий ринок, або суміжний ринок, або роздрібні ринки електронних комунікацій протягом певного періоду, у тому числі зобов’язання щодо спільного розташування і використання елементів електронних комунікаційних мереж, взаємоз’єднання мереж та доступу, встановлені відповідно до Закону; |
|  | регулювання, що застосовується на інших ринках. |  |  | регулювання, що застосовується на інших ринках. |
|  | 3. Висновки щодо оцінки стану ринку певних послуг та наслідків в майбутньому зазначаються у звіті за результатами проведеного аналізу ринків. |  |  | 3. Висновки щодо оцінки стану ринку певних послуг та наслідків в майбутньому зазначаються у звіті за результатами проведеного аналізу ринків. |