



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РЕКОМЕНДАЦІЇ

Київ

13 грудня 2018 р.

№ 45-рк

Про надання рекомендацій у справі про порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції № 127-26.4/125-17

Антимонопольний комітет України (далі – Комітет), розглянувши матеріали справи № 127-26.4/125-17 про порушення приватним акціонерним товариством «Київстар» (м. Київ, ідентифікаційний код юридичної особи 21673832) законодавства про захист від недобросовісної конкуренції.

ВСТАНОВИВ

1. ПРЕДМЕТ СПРАВИ

- (1) Порушення, передбачене статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману.
- (2) Порушення вчинене шляхом повідомлення приватним акціонерним товариством «Київстар» (далі – ПрАТ «Київстар», Товариство, Відповідач) невизначеному колу осіб у рекламі послуг доступу до мережі Інтернет неточних відомостей про покриття 3G Інтернету, що може вплинути на наміри споживачів щодо придбання послуг доступу до 3G Інтернету та поставити Товариство у більш вигідне становище у порівнянні з іншими суб'єктами господарювання, які діють на відповідному ринку.

2. ЗАЯВНИК

- (3) Заявником у справі є товариство з обмеженою відповідальністю «лайфселл», м. Київ, ідентифікаційний код юридичної особи 22859846 (далі – ТОВ «лайфселл», Заявник).
- (4) Основним видом діяльності Заявника є діяльність у сфері надання телекомунікаційних послуг, у тому числі надання послуг доступу до мережі Інтернет.
- (5) ТОВ «лайфселл» надає телекомунікаційні послуги на території України, зокрема, згідно з чинними ліцензіями Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації (далі – НКРЗІ) № 000774 від 31.05.2017, № 000775 від 31.05.2017, № 000773 від 31.05.2017 та № 000772 від 31.05.2017.

- (6) Таким чином, Заявник є суб'єктом господарювання у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції».

3. ВІДПОВІДАЧ

- (7) Відповідачем у справі є приватне акціонерне товариство «Київстар», м. Київ, ідентифікаційний код юридичної особи 21673832.
- (8) Основним видом діяльності ПрАТ «Київстар» є діяльність у сфері надання телекомунікаційних послуг, у тому числі надання послуг доступу до мережі Інтернет.
- (9) ПрАТ «Київстар» надає телекомунікаційні послуги на території України, зокрема, згідно з чинними ліцензіями НКРЗІ № 000668 від 26.12.2016, № 000669 від 26.12.2016, № 000670 від 26.12.2016, № 000671 від 26.12.2016, № 000672 від 26.12.2016 та № 000673 від 26.12.2016.
- (10) Таким чином, ПрАТ «Київстар» є суб'єктом господарювання у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції».

4. ПРОЦЕДУРНІ ДІЇ

- (11) До Комітету надійшли заяви від 14.07.2017 № 3133 та № 3134 (zareєстровані в Комітеті 20.07.2017 за № 8-01/326-AM та № 8-01/327-AM) (далі – Заяви) ТОВ «лайфселл», що здійснює діяльність у сфері телекомунікацій, про порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції у вигляді поширення інформації, що вводить в оману з боку ПрАТ «Київстар», яке полягає в поширенні Товариством у рекламі власних послуг та власного покриття 3G Інтернету неправдивої, на думку Заявника, інформації стосовно тверджень «Супершвидкий 3G», «Супершвидкий 3G Інтернет», «Супершвидкий Інтернет», «Супершвидкий 3G у найбільшій мережі», «Київстар Національний лідер 3G покриття», «Якісний 3G у вже більш ніж у шести тисяч населених пунктів для 26 мільйонів українців» (усі далі – Твердження).
- (12) Розпорядженням державного уповноваженого Комітету від 07.11.2017 № 09/228-р розпочато розгляд справи № 127-26.4/125-17 (далі – Справа) за ознаками вчинення ПрАТ «Київстар» порушення, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману.

5. ОБСТАВИНИ СПРАВИ

5.1. Обставини справи, встановлені внаслідок дослідження (аналізу) інформації, наданої Заявником.

- (13) Заявник вбачає у діях ПрАТ «Київстар» поширення у рекламі власних послуг та власного покриття 3G Інтернету неправдивої інформації стосовно тверджень «Супершвидкий 3G», «Супершвидкий 3G Інтернет», «Супершвидкий Інтернет», «Супершвидкий 3G у найбільшій мережі», «Київстар Національний лідер 3G покриття», «Якісний 3G у вже більш ніж у шести тисяч населених пунктів для 26 мільйонів українців».

- (14) До Заяв додані зразки друкованої реклами та відеореклами ПрАТ «Київстар», зокрема, посилання на відеорекламу Товариства, в якій поширюються твердження «Супершвидкий 3G у найбільшій мережі», «Якісний 3G у вже більше ніж у шести тисячах населених пунктів для 26 мільйонів українців» разом із «Київстар Національний лідер 3G покриття».
- (15) На думку Заявника, інформація в рекламі ПрАТ «Київстар» містить неповні, неточні та неправдиві відомості щодо обсягу покриття власної 3G мережі, щодо лідерства у 3G покритті, а також швидкості передачі даних у 3G мережі у вже більше ніж у шести тисячах населених пунктів для 26 мільйонів українців.
- (16) Заявник вважає, що твердження «Якісний 3G у вже більше ніж у шести тисячах населених пунктів для 26 мільйонів українців», що використовувалось у рекламі ПрАТ «Київстар», є неправдивою інформацією, оскільки відповідно до карти покриття 3G ПрАТ «Київстар», розміщеної на офіційному веб-сайті Товариства, зона покриття мережі 3G не покривала 6 000 населених пунктів станом на 16.01.2017 (дата розміщення реклами Товариства). При цьому у відеоролику з рекламою Товариства відсутні посилання на підстави, чому Товариство зазначає саме 6 000 як кількість населених пунктів, що покриваються його мережею.
- (17) Також у рекламі Товариства відсутнє посилання на підстави, чому ПрАТ «Київстар» робить висновок, що його мережа 3G покриває територію України, на якій проживає 26 млн українців.
- (18) Крім того, ТОВ «лайфселл» зазначає, що твердження «Супершвидкий 3G» містить неправдиві та неточні дані, оскільки максимально можлива швидкість передачі даних, заявлена ПрАТ «Київстар», становить до 42,2 Мбіт/с. При цьому Заявник стверджує, що обладнання, яким володіє ТОВ «лайфселл», підтримує можливість надання телекомунікаційних послуг на швидкості до 63,3 Мбіт/с.
- (19) Заявник наголошує, що використання ПрАТ «Київстар» твердження «Супершвидкий 3G» стосовно послуг 3G та Інтернету є неправдивим.
- (20) Отже, на думку Заявника, у рекламі ПрАТ «Київстар» у поширених Твердженнях містяться неправдиві, неповні та неточні відомості, що вводять в оману невизначене коло осіб, які вплинули або можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання (замовлення) послуг Товариства, за рахунок чого ПрАТ «Київстар» може досягати неправомірних переваг у конкуренції стосовно інших суб'єктів господарювання на ринку телекомунікаційних послуг, у тому числі і стосовно ТОВ «лайфселл».

5.2. Обставини справи, встановлені внаслідок дослідження (аналізу) інформації, наданої Відповідачем.

- (21) Відповідач у 2017 році здійснював рекламу власних послуг доступу до 3G Інтернету, в тому числі щодо швидкості передачі даних із застосуванням 3G технологій та покриття 3G мережею.
- (22) Відповідач у відповіді на вимогу Комітету від 07.09.2017 № 127-26/09-9683 повідомив, що рекламу власних послуг з використанням Тверджень у друкованих рекламних матеріалах, зовнішній рекламі, відеороликах та на власному сайті здійснювало на основі результатів дослідження «Аналіз даних 3G покриття операторів мобільного зв'язку України», проведеного компанією

«InMind» (далі – Дослідження). Результати Дослідження Товариство надало Комітету.

- (23) Товариство зазначає, що у рекламно-інформаційних матеріалах використовувало твердження «Київстар Національний лідер 3G покриття», надаючи при цьому пояснення, що під ним мається на увазі, що на 09.12.2016 ПрАТ «Київстар» надає можливість скористатись послугами мобільного високошвидкісного 3G доступу до мережі Інтернет найбільшій кількості населення на території України.
- (24) Зазначене твердження надавалось відповідно до результатів Дослідження компанії «InMind» щодо аналізу даних, наданих Товариством, яке було здійснено за допомогою порівняння з картами 3G покриття, розміщеними на офіційних веб-сайтах операторів рухомого (мобільного) зв'язку.
- (25) У своїх рекламно-інформаційних матеріалах Товариство використовувало твердження «супершвидкий», надаючи при цьому пояснення, що під вказаним твердженням слід розуміти швидкість передачі даних у мережі 3G до 42,2 Мбіт/с. Товариство наголошує, що обладнання базових станцій, транспортної та основної мережі ПрАТ «Київстар» DC-HSPA+ підтримує такі максимальні швидкості відповідно до 3 GPP R8: 5,76 Mbps (UpLink), 42 Mbps (DownLink).
- (26) Товариство наголошує, що застосування такого вислову мало на меті надання споживачам інформації про якісні характеристики послуги, а не про їх порівняльну перевагу, та звертає увагу на те, що ПрАТ «Київстар» ніколи не наголошувало та не підкреслювало, що 3G Інтернет від Товариства більш швидкий, ніж у його конкурентів.
- (27) Крім того, Товариство повідомило, що на 16.01.2017 ПрАТ «Київстар» надавало послуги 3G у 6 023 населених пунктах, що в перерахунку на населення України, яке має можливість скористатись послугами мобільного високошвидкісного доступу до мережі Інтернет, становить 27 411 417 жителів, що підтверджується в тому числі результатами дослідження компанії «InMind».
- (28) Разом з тим Комітетом проаналізовано Дослідження, проведене компанією «InMind», та встановлено наступне. Дослідження здійснювалось протягом 26.12.2016 – 12.01.2017 методом кабінетного дослідження на території всієї України, аналізувались дані 3G покриття операторів мобільного зв'язку України, надані клієнтом, – ПрАТ «Київстар».
- (29) Відповідно до результатів Дослідження, ПрАТ «Київстар» мало найбільше покриття мережі 3G за кількістю населених пунктів, а також ПрАТ «Київстар» мало найбільше покриття мережі 3G у перерахунку на населення України, яке має можливість скористатись послугами мобільного високошвидкісного доступу до мережі Інтернет.
- (30) Водночас Товариством не надано жодних доказів (результатів експертиз, свідоцтв, сертифікатів органів державної влади та організацій тощо), які підтверджують правдивість результатів дослідження «Аналіз даних 3G покриття операторів мобільного зв'язку України», проведеного компанією «InMind», та/або фактів того, що саме покриття 3G мережею від ПрАТ «Київстар» є

найбільшим серед трьох найбільших операторів рухомого (мобільного) зв'язку в Україні.

- (31) У споживача, що прочитав та/або побачив рекламні друковані та відеоматеріали ПрАТ «Київстар» з використанням тверджень: «Київстар Національний лідер 3G покриття», «Якісний 3G у вже більш ніж у шести тисяч населених пунктів для 26 мільйонів українців», може скластися враження, що ПрАТ «Київстар» має найбільшу мережу 3G Інтернету, в той же час правдивість результатів Дослідження, проведеного компанією «InMind», нічим не підтверджена, а в самій відеорекламі на 10 – 12 секунді у твердженні «Київстар Національний лідер 3G покриття» відсутнє посилання «*», яке звертає увагу споживача на Дослідження, проведене компанією «InMind».

5.3. Обставини справи, встановлені Комітетом за результатами проведення дослідження.

- (32) З метою з'ясування фактичних обставин у Справі Комітетом направлялись вимоги про надання інформації до державного підприємства «Український державний центр радіочастот» (далі – ДП «УДЦР») та НКРЗІ.
- (33) ДП «УДЦР» у відповіді на вимогу Комітету (лист № 8-127/5274 від 01.06.2018) зазначило, що аббревіатурою 3G позначають не стандарт, а взагалі технології мобільного зв'язку 3-го покоління, однією з важливих характеристик яких є підвищена (у порівнянні з технологіями попередніх поколінь мобільного зв'язку) швидкість передавання інформації (від 2 мбіт/с). Існує декілька стандартів, які визначають систему мобільного зв'язку третього покоління.
- (34) У країнах Європи (зокрема, й в Україні) використовується UMTS, який у свою чергу складається з сімейства окремих стандартів, що визначають окремі складові радіотехнології UMTS. Роботи з стандартизації UMTS координуються міжнародною групою 3GPP (Third Generation Partnership Project).
- (35) ДП «УДЦР» зазначає, що у випадках, коли йдеться про 3G+ або 3,5G, то зазвичай мають на увазі те, що базові станції підтримують функціонали та можливості, визначені в більш пізніх релізах стандарту, насамперед, використовують технологію HSPA (високошвидкісна пакетна передача даних).
- (36) Використання технології HSPA (та наступної за неї HSPA+) дозволяють у разі підвищити швидкість передавання інформації у порівнянні з базовою швидкістю, декларованою у перших релізах стандарту, за рахунок об'єднання декількох кодових та/або частотних каналів для окремого абонента: конкретна швидкість передавання залежить від кількості каналів, які об'єднуються та виду модуляції, яка використовується.
- (37) ДП «УДЦР» зазначає, що таке об'єднання та пов'язане з цим підвищення швидкості передавання інформації можливе при наявності достатньої кількості вільних частотних та кодових каналів. Таким чином, можливості базової станції залежать від того, у відповідності до якого релізу вона була виготовлена. При цьому існує можливість модернізації базових станцій до рівня можливостей обладнання більш пізніх релізів шляхом заміни програмного забезпечення та окремих блоків.
- (38) Разом з тим за інформацією, наявною в ДП «УДЦР», практично всі базові станції стандарту UMTS операторів ПрАТ «Київстар», ПрАТ «ВФ Україна» та

ТОВ «лайфселл» мають можливість використовувати технологію HSPA та надавати послуги із швидкостями, що перевищують базову.

- (39) Крім того, згідно з даними, що були отримані ДП «УДЦР» протягом 2014-2016 років у процесі сертифікації та проведення технічної експертизи базових станцій виробництва компанії «Еріксен», ZTE, Huawei Technologies та інших, які ввозяться в Україну, практично всі мобільні оператори при будівництві мереж 3-го покоління використовують сучасне обладнання, яке відповідає останнім релізам UMTS, що дозволяє їм надавати послуги 3G+.
- (40) Потенційна максимальна швидкість передачі даних визначається конфігурацією мережі стільникового оператора, яка встановлюється оператором самостійно відповідно до власної технічної стратегії в межах потенційно можливих для використовуваної радіо технології. Реальна швидкість передачі даних, на відміну від потенційно максимальної, при наданні цих послуг для конкретного користувача в кожному окремому випадку визначається наступними параметрами: завантаженість сектора базової станції, віддаленість абонента від базової станції, рельєф місцевості, характер забудови тощо. До того ж, крім технічних факторів і можливостей обладнання значний вплив на швидкість передачі інформації має гнучкість тарифної політики оператора (наприклад, якщо певний тариф заохочує абонента до завантаження файлів великого розміру, то середня швидкість передачі даних зростає).
- (41) Разом з тим ДП «УДЦР» зазначає, що не володіє об'єктивною (вимірною) інформацією щодо розміру (площі) території України, яка покривається мережами мобільного зв'язку UMTS окремих операторів. Крім того, до ДП «УДЦР» від операторів мобільного зв'язку не надходило замовлень щодо покриття території України сигналами UMTS/3G.
- (42) НКРЗІ у відповіді на вимогу Комітету (лист від 15.09.2017 № 6-01/9014) зазначила, що показниками якості телекомунікаційних послуг такий показник, як мережа покриття, невизначений.
- (43) Також НКРЗІ зазначила, що, згідно з рішенням НКРЗІ від 27.02.2015 № 110 «Про результати тендера на отримання ліцензій на користування радіочастотним ресурсом України для впровадження радіотехнології «Цифровий стільниковий радіозв'язок ІМТ – 2000 (UMTS)» у смугах радіочастот 1920-1935/2110-2125, 1950-1965/2140-2155, 1965-1980/2155-2170 Мгц», ТОВ «Астеліт», ПрАТ «МТС Україна» та ПрАТ «Київстар» видано ліцензії на користування радіочастотним ресурсом України для впровадження радіо технології «Цифровий стільниковий радіозв'язок ІМТ-2000 (UMTS)» із регіоном користування радіочастотним ресурсом – 27 регіонів України, з терміном освоєння радіочастотного ресурсу: початок користування – жовтень 2015 року, повне освоєння – квітень 2020 року. Відповідні ліцензії переоформлені у зв'язку із перейменуванням ТОВ «Астеліт» у ТОВ «лайфселл» та ПрАТ «МТС Україна» у ПрАТ «ВФ Україна».
- (44) Відповідно до умов тендеру на отримання ліцензій на користування радіочастотним ресурсом України для впровадження радіотехнології «Цифровий стільниковий радіозв'язок ІМТ – 2000 (UMTS) у смугах радіочастот 1920-1935/2110-2125, 1950-1965/2140-2155, 1965-1980/2155-2170 Мгц, затверджених рішенням НКРЗІ від 28.10.2014 № 730 (із змінами, внесеними рішеннями НКРЗІ від 18.11.2014 № 761 та від 01.12.2014 № 782), погоджених розпорядженнями Кабінету Міністрів України від 05.04.2014 № 1181-р, переможці тендеру

зобов'язані забезпечити дотримання показників якості, з використанням радіотехнології: на території всіх обласних центрів України – протягом 18 місяців із дати видачі ліцензії за результатами тендеру; на території всіх районних центрів та всіх населених пунктів із населенням більше 10 тисяч осіб – протягом другого-шостого років із дати видачі ліцензії за результатами тендеру.

- (45) Враховуючи наведене, можна зробити висновок, що всі три найбільші оператори рухомого (мобільного) зв'язку України (ПрАТ «Київстар», ПрАТ «ВФ Україна» та ТОВ «лайфселл») мають ліцензії на користування радіочастотним ресурсом України для впровадження радіо технології «Цифровий стільниковий радіозв'язок ІМТ – 2000 (UMTS)» у смугах радіочастот 1920-1935/2110-2125, 1950-1965/2140-2155, 1965-1980/2155-2170 Мгц» та використовують сучасне обладнання, яке відповідає останнім релізам UMTS, що дозволяє їм надавати послуги 3G+ (3,5 G), а отже, надавати послуги доступу до мережі Інтернет із швидкостями передачі даних, які перевищують базову.
- (46) Отже, проаналізувавши Твердження, що поширював Відповідач, у рекламі зазначається наступне.
- (47) Товариство у рекламно-інформаційних матеріалах використовувало твердження «Київстар Національний лідер 3G покриття», надаючи при цьому пояснення, що під ним мається на увазі, що на 09.12.2016 ПрАТ «Київстар» надає можливість скористатись послугами мобільного високошвидкісного 3G доступу до мережі Інтернет найбільшій кількості населення на території України. Зазначене твердження надавалось відповідно до результатів Дослідження компанії «InMind» щодо аналізу даних, наданих Товариством, яке було здійснено за допомогою порівняння з картами 3G покриття, розміщеними на офіційних веб-сайтах операторів рухомого (мобільного) зв'язку.
- (48) Дослідження здійснювалось протягом 26.12.2016 – 12.01.2017 методом кабінетного дослідження на території всієї України, аналізувались дані 3G покриття операторів мобільного зв'язку України, надані клієнтом, – ПрАТ «Київстар».
- (49) Відповідно до результатів Дослідження, ПрАТ «Київстар» мало найбільше покриття мережі 3G за кількістю населених пунктів, а також ПрАТ «Київстар» мало найбільше покриття мережі 3G у перерахунку на населення України, яке має можливість скористатись послугами мобільного високошвидкісного доступу до мережі Інтернет.
- (50) Разом з тим, у результатах Дослідження компанії «InMind» чітко вказано, що кількість населених пунктів із наявним 3G покриттям від ПрАТ «Київстар» становить 4 516 населених пунктів, що в перерахунку на кількість населення становить 25,1 млн осіб.
- (51) Водночас у рекламних матеріалах Товариства поширювалось твердження «Якісний 3G у вже більше ніж у шести тисячах населених пунктів для 26 мільйонів українців», що відрізняється від результатів Дослідження, проведеного компанією «InMind», на яке у своїй рекламі посилається ПрАТ «Київстар».
- (52) Крім того, у відеороликах із рекламою Товариства протягом 8 – 10 секунди з'являється текст «Під твердженням щодо доступності стандарту 3G для

26 мільйонів українців слід розуміти, що мережа 3G Київстар покриває та може бути використана на території України, де мешкає понад 26 мільйонів чоловік станом на 16.01.2017». Хоча відповідно до результатів Дослідження кількість населення, що може скористатись 3G покриттям від Товариства, становить 25,1 млн осіб. Отже, зазначені рекламні матеріали Товариства не відповідають відомостям у результатах Дослідження.

- (53) Разом з тим у споживачів, що побачили рекламу Відповідача з використання тверджень: «Київстар Національний лідер 3G покриття», може скластися враження, що ПрАТ «Київстар» має найбільшу мережу 3G Інтернету, в той час, як правдивість результатів Дослідження, проведеного компанією «InMind», нічим не підтверджена, а в самій відеореklamі на 10 – 12 секунді у твердженні «Київстар Національний лідер 3G покриття» відсутнє посилання «*», яке звертає увагу споживача на Дослідження, проведене компанією «InMind».
- (54) Отже, зазначені твердження, які поширювало Товариство у рекламі власних послуг 3G Інтернету, містять неточні відомості.
- (55) Проаналізувавши рекламні друковані та відеоматеріали ПрАТ «Київстар» з використанням тверджень: «Супершвидкий 3G», «Супершвидкий 3G Інтернет», «Супершвидкий Інтернет», «Супершвидкий 3G у найбільшій мережі» Комітет прийшов до висновку, що використання Відповідачем у рекламі зазначених тверджень не містять відомостей, які б зазначали, що швидкість 3G Інтернету від ПрАТ «Київстар» є більшою ніж у його конкурентів. Зазначені твердження вказують що Товариство надає послуги з використанням швидкісного 3G Інтернету у мережі ПрАТ «Київстар», яка є найбільшою, оскільки найбільша кількість абонентів користується послугами рухомого (мобільного) зв'язку, що надає саме ПрАТ «Київстар».
- (56) Отже, реклама Товариства з використанням тверджень: «Супершвидкий 3G», «Супершвидкий 3G Інтернет», «Супершвидкий Інтернет», «Супершвидкий 3G у найбільшій мережі» не містить, відомостей, що можуть ввести в оману споживачів.
- (57) Водночас Комітетом розглянуто рекламу власних послуг надання доступу до мережі 3G у 2016-2017 році, що поширювалась конкурентами Відповідача.
- (58) Так, ТОВ «лайфселл» у друкованих рекламних матеріалах, відеореklamі та білбордах поширювало твердження «швидкість до 63,3 Мбіт/с», «Мережа останнього покоління lifecell 3G+ підтримує максимально можливу швидкість Інтернету до 63,3 Мбіт/с» та «Найшвидший 3G+ до 63,3 Мбіт/с», «Найшвидший 3G+ Інтернет», «найбільше покриття 3G+», «найсучасніша мережа 3G+». Зазначені твердження супроводжувались посиланнями дрібнішим текстом наступного змісту: «мається на увазі, що відповідно до технічних характеристик технології, за якою ТОВ «лайфселл» надає доступ до 3G Інтернету, максимальна швидкість Інтернету передбачає до 63,3 Мбіт/с, згідно з дослідженням швидкості надання 3G Інтернету, проведеним дослідницькою агенцією ТОВ «Інмайд» станом на 29.03.2016», у відеореklamі ТОВ «лайфселл» зазначене посилання з'являлось протягом двох секунд відеоролику. Твердження щодо найбільшого покриття 3G мережі супроводжувались посиланням дрібним текстом такого змісту: «Відповідно до порівняння даних карт покриття 3G від мобільних операторів України у відкритих джерелах, 3G від ТОВ «лайфселл» покриває найбільшу кількість населених пунктів на всій території України (окрім

тимчасово окупованих територій), згідно з дослідженням покриття 3G від мобільних операторів України, проведеним дослідницькою агенцією ТОВ «Інмайд» станом на 07.06.2016».

- (59) ПрАТ «ВФ Україна» в друкованих рекламних матеріалах та білбордах поширювало твердження «Лідер швидкості 3G». У рекламних матеріалах на передньому плані серед інших графічних позначень та бренду Vodafone великими літерами червоно-білого кольору розміщено текст «Лідер швидкості 3G», у кутку рекламних матеріалів дрібними літерами розміщено пояснення: Твердження «Лідер 3G швидкості» використано на підставі результатів незалежного дослідження САТІ Mobile 2 кв. 2016 р. за показником сприйняття «Висока швидкість та якість мобільного Інтернету». Також ПрАТ «ВФ Україна» поширювало твердження «Лідер 3G швидкості» у рекламних відеороликах.
- (60) Водночас матеріалами справи встановлено, що реальна швидкість передачі даних визначається наступними параметрами: завантаженість сектора базової станції, віддаленість абонента від базової станції, рельєф місцевості, характер забудови тощо. До того ж, крім технічних факторів і можливостей обладнання значний вплив на швидкість передачі інформації має гнучкість тарифної політики оператора (наприклад, якщо певний тариф заохочує абонента до завантаження файлів великого розміру, то середня швидкість передачі даних зростає).
- (61) Отже, реальна швидкість передачі даних у мережі 3G Інтернету в межах одного населеного пункту може відрізнитися в одного і того ж самого оператора мобільного зв'язку, тобто в межах, наприклад однієї ділянки може бути більшою, а в межах іншої меншою. При цьому швидкість передачі даних 3G Інтернету на одній ділянці може бути більшою в одного з мобільних операторів, а на іншій ділянці вже інший оператор мобільного зв'язку буде надавати відповідні послуги з більшою швидкістю.
- (62) Водночас лише реклама ПрАТ «Київстар» щодо швидкості передачі даних у мережі 3G Інтернету не містила відомостей, яка зазначала б, що швидкість 3G Інтернету Відповідача є найбільшою в порівнянні з аналогічними послугами інших найбільших операторів рухомого (мобільного) зв'язку.
- (63) Як вже зазначалось, показниками якості телекомунікаційних послуг такий показник, як мережа покриття, невизначений. За наявною в Комітеті інформацією, кожним із трьох мобільних операторів України було розміщено на власних веб-сайтах карти покриття за технологією 3G, які було сформовано на підставі певного набору технічних параметрів та показників на власний розсуд кожного з операторів, оскільки на законодавчому рівні не закріплено критерії формування таких показників.
- (64) Враховуючи наведене, однозначно встановити, у кого з трьох мобільних операторів рухомого (мобільного) зв'язку покриття мережею 3G найбільше, не є можливим.
- (65) Крім того, у рекламі щодо власних послуг доступу до мережі 3G Інтернету, в тому числі щодо швидкості передачі даних у мережі 3G та покриття мережею 3G, як Заявник так і Відповідач посилаються на результати досліджень, які були проведені у 2016-2017 роках одним суб'єктом господарювання – товариством з обмеженою відповідальністю «Інмайд».

- (66) Результати зазначених досліджень суттєво відрізняються між собою і не можуть вважатися доказами, що підтверджують правдивість відомостей, які використовувались у рекламі послуг доступу до мережі 3G Інтернету, в тому числі щодо покриття мережею 3G як Заявника, так і Відповідача.
- (67) Отже, дії ПрАТ «Київстар» щодо поширення у власних рекламних матеріалах тверджень: «Київстар Національний лідер 3G покриття», «Якісний 3G у вже більш ніж у шести тисяч населених пунктів для 26 мільйонів українців» неточних відомостей містять ознаки порушення, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману.

6. ВИСНОВКИ У СПРАВІ ТА КВАЛІФІКАЦІЯ ДІЙ ВІДПОВІДАЧА

- (68) Відповідно до статті 26 Закону України «Про рекламу» контроль за дотриманням законодавства України про рекламу здійснюють у межах своїх повноважень: Антимонопольний комітет України – щодо дотримання законодавства про захист економічної конкуренції.
- (69) Згідно зі статтею 3 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» основним завданням Комітету є участь у формуванні та реалізації конкурентної політики, зокрема, в частині здійснення державного контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції.
- (70) Відповідно до частини першої статті 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» у сфері здійснення контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції Комітет має повноваження розглядати заяви і справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції та проводити розслідування за цими заявами і справами; при розгляді заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, проведенні перевірки та в інших передбачених законом випадках вимагати від суб'єктів господарювання, об'єднань, органів влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління та контролю, їх посадових осіб і працівників, інших фізичних та юридичних осіб інформацію, в тому числі з обмеженим доступом.
- (71) Відповідно до статті 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» поширенням інформації, що вводить в оману, є повідомлення суб'єктом господарювання, безпосередньо або через іншу особу, одній, кільком особам або невизначеному колу осіб, у тому числі в рекламі, неповних, неточних, неправдивих відомостей, зокрема, внаслідок обраного способу їх викладення, замовчування окремих фактів чи нечіткості формулювань, що вплинули або можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання (замовлення) чи реалізації (продажу, поставки, виконання, надання) товарів, робіт, послуг цього суб'єкта господарювання.
- (72) Отже, дії ПрАТ «Київстар» щодо поширення у власних рекламних матеріалах тверджень «Київстар Національний лідер 3G покриття», «Якісний 3G у вже більш ніж у шести тисяч населених пунктів для 26 мільйонів українців» неточних відомостей містять ознаки порушення, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману.
- (73) Враховуючи викладене, з метою усунення причин виникнення порушення та умов, що йому сприяють, керуючись статтею 46 Закону України «Про захист

економічної конкуренції» та статтею 27 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», Антимонопольний комітет України надає приватному акціонерному товариству «Київстар» (м. Київ, ідентифікаційний код юридичної особи 21673832) такі

РЕКОМЕНДАЦІЇ:

Усунути причини виникнення порушення, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення у рекламі відомостей щодо власних послуг передачі даних 3G Інтернету, а саме, «Київстар Національний лідер 3G покриття», «Якісний 3G у вже більш ніж у шести тисяч населених пунктів для 26 мільйонів українців», та утриматися від вчинення таких дій у подальшому. Інформування споживачів щодо передачі даних із використанням технології 3G Інтернету та покриття мережею 3G Інтернету здійснювати у спосіб, що не вводитиме в оману споживачів.

Відповідно до частини другої статті 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції» рекомендації органів Антимонопольного комітету України підлягають обов'язковому розгляду органами чи особами, яким вони надані.

Про результати розгляду цих рекомендацій повідомити Антимонопольний комітет України у десятиденний строк з дня їх отримання.

Відповідно до частини третьої статті 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції», за умови виконання положень рекомендацій у разі, якщо порушення не призвело до суттєвого обмеження чи спотворення конкуренції, не завдало значних збитків окремим особам чи суспільству та вжито відповідних заходів для усунення наслідків порушення, розпочате провадження у справі про порушення законодавства про захист економічної конкуренції закривається.

Голова Комітету

Ю. ТЕРЕНТЬЄВ