



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РІШЕННЯ

18 вересня 2017 р.

Київ

№ 546-р

Про порушення законодавства
про захист від недобросовісної конкуренції
та накладення штрафу

Розглянувши матеріали справи № 27-26.4/47-11 про порушення товариством з обмеженою відповідальністю «Астеліт» (з 02.02.2016 – товариство з обмеженою відповідальністю «лайфселл») (м. Київ) (далі – ТОВ «лайфселл», ТОВ «Астеліт», Відповідач, Оператор) (код ЄДРПОУ 22859846) законодавства про захист від недобросовісної конкуренції та подання з попередніми висновками від 13.04.2017 № 27-26.4/47-11/139-спр, Антимонопольний комітет України (далі – Комітет),

ВСТАНОВИВ:

1. ПРЕДМЕТ СПРАВИ

(1) Розпорядженням державного уповноваженого Комітету від 23.02.2011 № 12/60-р розпочато розгляд справи № 27-26.4/47-11 за ознаками вчинення ТОВ «лайфселл» порушення, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації стосовно детальних умов тарифікації вихідних дзвінків рухомого (мобільного) зв'язку, що вводить в оману.

2. ВІДПОВІДАЧ

(2) ТОВ «лайфселл» (вул. Солом'янська, 11, літера А, м. Київ, ідентифікаційний код 22859846) надає послуги рухомого (мобільного) телефонного зв'язку з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку на всій території України згідно з ліцензією № 000311, виданою Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації від 16.02.2016.

(3) Отже, відповідно до абзацу дванадцятого статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» ТОВ «лайфселл» є суб'єктом господарювання.

3. ПРОЦЕДУРНІ ДІЇ

(4) Під час здійснення Комітетом дослідження щодо дотримання суб'єктами господарювання законодавства про захист від недобросовісної конкуренції при здійсненні своєї діяльності, у січні 2011 року в мережі Інтернет на сайті ТОВ «Астеліт» (www.life.com.ua) була виявлена інформація про тарифні плани, які пропонувало ТОВ «Астеліт» як оператор мобільного зв'язку. За результатами проведеного дослідження достовірності поширеної в мережі Інтернет на сайті

інформації щодо тарифікації вихідних дзвінків у тарифних планах ТОВ «лайфселл», розпорядженням державного уповноваженого Антимонопольного комітету України від 23.02.2011 № 12/60-р розпочато розгляд справи № 27-26.4/47-11 за ознаками вчинення ТОВ «лайфселл» порушення, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману.

- (5) На подання з попередніми висновками від 13.04.2017 № 27-26.4/47-11/139–спр ТОВ «лайфселл» листом від 19.05.2017 № 2285 (zareestrovaniy y Komiteti 22.05.2017 za № 8-01/4808) надало власні заперечення (далі – Заперечення), не погоджуючись з висновками Комітету та вважаючи їх незаконними та необґрунтованими.

4. ОБСТАВИНИ СПРАВИ

- (6) Комітетом у січні 2011 року на сайті Відповідача в тарифному плані «Оптимальний Life:»), який пропонувало ТОВ «лайфселл», було виявлено таку інформацію про вартість дзвінків (вихідних викликів) і тарифікацію міжнародних дзвінків:

(7) «Дзвінки на всі номери life:), грн./хв. - 0.;

(8) Дзвінки на номери мереж фіксованого зв'язку та номери інших операторів мобільного зв'язку України, грн./хв. – 1,00».

(9) Водночас вищезазначений тарифний план містить примітку такого змісту: *«Для тарифікації дзвінків по Україні застосовується повна тарифна одиниця часу – 30 секунд, починаючи з першої секунди. Для тарифікації дзвінків до 30 секунд застосовується повна тарифна одиниця часу – 30 секунд...»*

(10) Під час розгляду справи для отримання інформації Комітетом були направлені Вимоги № 27-29.3/12-1987 від 28.02.2011, № 136-29/12-7093 від 04.08.2011 та № 136-29/04-1605 від 14.02.2012 до Відповідача, в яких запитувалась, зокрема, така інформація:

(11) 1. У вимозі № 27-29.3/12-1987 від 28.02.2011:

(12) «Яким чином Відповідач здійснює тарифікацію дзвінків по Україні, посекудно чи похвилинно?

(13) Якщо тарифікація похвилинна, надати пояснення чому в примітці тарифного плану «Оптимальний Life:») зазначено, що тарифікація дзвінків по Україні застосовується повна одиниця часу – 30 секунд, починаючи з першої секунди, а якщо тарифікація посекудна, надати пояснення чому в тарифному плані «Оптимальний Life:») є посилення на вартість за хвилину розмови».

(14) 2. У вимозі № 136-29/12-7093 від 04.08.2011:

(15) «Чи були дійсними на момент отримання зазначеної вимоги тарифні плани Відповідача, такі як «Оптимальний Life:»), «Місцевий Life:»), «Вільний Life:»), та «Life:) шалений день» і чи були внесені зміни до умов зазначених тарифних планів?»

(16) 3. У вимозі № 136-29/04-1605 від 14.02.2012:

- (17) «Надати роз'яснення щодо системи розрахунків, яка застосовується Відповідачем при тарифікації вихідних дзвінків у тарифних планах «Вільний Life:)), «Оптимальний Life:)), «Місцевий Life:)) та «Life:) шалений день».
- (18) Пояснити, що Відповідач розуміє під значенням повна тарифна одиниця часу – одна хвилина та повна тарифна одиниця часу – 30 секунд?
- (19) Надати обґрунтоване роз'яснення, яким чином здійснюється тарифікація дзвінків, якщо в тарифному плані зазначено, що тарифікація починається з першої секунди?
- (20) Надати відповідні роз'яснення щодо змісту примітки, зазначеної в тарифному плані «Вільний Life:)): «Для тарифікації дзвінків до однієї хвилини застосовується повна одиниця часу – одна хвилина».
- (21) Зазначити, яка саме тарифікація дзвінків, на момент отримання зазначеної вимоги, застосовується Відповідачем у тарифних планах «Оптимальний Life:)) та «Місцевий Life:)): тарифна одиниця 30 секунд або повна тарифна одиниця – одна хвилина?».
- (22) На вимогу Комітету № 27-29.3/12-1987 від 28.02.2011 стосовно тарифікації дзвінків по Україні, посеkundно чи похвилинно, Відповідач у листі № 1438 від 17.03.2011 (зарєєстрований у Комітеті 21.03.2011 за № 8-127/2603) повідомив, що ТОВ «Астеліт» надає можливість своїм абонентам обрати декілька варіантів тарифних планів, у кожному з яких застосовуються різні тарифні одиниці, зокрема, у тарифних планах «Вільний Life:)), «Оптимальний Life:)), «Місцевий Life:)) та «Life:) шалений день» застосовується одиниця послуг, що надаються, 30 секунд та повна одиниця часу – 30 секунд, у тарифному плані «Єдиний» застосовується одиниця послуг, що надаються, 1 секунда та повна одиниця часу – 1 секунда, а в тарифних планах «Супер life:) 15», «Вільний Life:) максимум ЗАХІД» та «Вільний Life:) Максимум Без поповнень» застосовується одиниця послуг, що надаються, 60 секунд та повна одиниця часу – 60 секунд.
- (23) Крім того, цим же листом Відповідач повідомив: «В білінговій системі Оператора, виходячи з технічної можливості, ведеться облік наданих телекомунікаційних послуг у секундах. При цьому, під час нарахування плати за надані телекомунікаційні послуги абонентам, які обслуговуються на умовах тих чи інших тарифних планів, застосовується відповідна для конкретного тарифного плану повна тарифна одиниця часу, що відповідає обсягу послуг, які надаються. Посилання на вартість хвилини наводиться Товариством в інформації про кожен тарифний план, метою чого є надання абоненту можливості порівнювати вартість дзвінків у його тарифному плані з їхньою вартістю в інших тарифних планах, у тому числі й тарифних планах інших операторів. При цьому слід зазначити, що посилання на вартість послуг, що залежать від обсягу, у хвилинному вимірі, є усталеною для практично усіх без виключення операторів зв'язку та застосовується у нормативно-правових галузевих актах».
- (24) Стосовно системи розрахунків, яку Відповідач застосовував на дату отримання вимоги Комітету № 136-29/04-1605 від 14.02.2012, при тарифікації вихідних дзвінків у тарифних планах «Вільний Life:)), «Оптимальний Life:)), «Місцевий Life:)) та «Life:) шалений день», ТОВ «Астеліт» у листі від 24.02.2012 № 1340 (зарєєстрований у Комітеті 29.02.2012 за № 8-03/1795) повідомило, що:
- (25) 1. У тарифному плані «Вільний Life:)) вартість вихідного виклику на номери інших операторів становила 0,39 грн/хв. без ПФ, якщо розмова триває, наприклад:

(26)- 1 сек. – споживач/абонент сплачує 0,39 грн без ПФ;

(27)- 1 хв. - споживач/абонент сплачує 0,39 грн без ПФ;

(28)- 1 хв. 28 сек. - споживач/абонент сплачує 0,78 грн без ПФ.

(29) При цьому в примітках тарифного плану «Вільний Life:)» зазначено, що «для тарифікації дзвінків по Україні застосовується повна тарифна одиниця часу – одна хвилина, починаючи з першої секунди. Для тарифікації дзвінків до однієї хвилини застосовується повна тарифна одиниця часу – одна хвилина».

(30) 2. У тарифному плані «Оптимальний Life:)» вартість вихідного виклику на номери інших операторів становила 1,00 грн/хв. без ПФ, якщо розмова триває, наприклад:

(31)- 1 сек. - споживач/абонент сплачує 1,00 грн без ПФ;

(32)- 1 хв. - споживач/абонент сплачує 1,00 грн без ПФ;

(33)- 1 хв. 28 сек. - споживач/абонент сплачує 2,00 грн без ПФ.

(34) 3. У тарифному плані «Місцевий Life:)» вартість вихідного виклику на номери інших операторів становила 0,50 грн/хв. без ПФ, якщо розмова триває, наприклад:

(35)- 1 сек. - споживач/абонент сплачує 0,50 грн без ПФ;

(36)- 1 хв. - споживач/абонент сплачує 0,50 грн без ПФ;

(37)- 1 хв. 28 сек. - споживач/абонент сплачує 1,00 грн без ПФ.

(38) При цьому в примітках тарифних планів «Оптимальний Life:)» та «Місцевий Life:)» зазначено, що «для тарифікації дзвінків по Україні застосовується повна тарифна одиниця часу – 30 секунд, починаючи з першої секунди. Для тарифікації дзвінків до однієї хвилини застосовується повна тарифна одиниця часу – 30 секунд. З 02.12.11 для тарифікації дзвінків по Україні застосовується повна тарифна одиниця часу – одна хвилина, починаючи з першої секунди. Для тарифікації дзвінків до однієї хвилини застосовується повна тарифна одиниця часу – одна хвилина» .

(39) 4. У тарифному плані «Life:) шалений день» вартість вихідного виклику на номери інших операторів становила 1,00 грн/хв. без ПФ, якщо розмова триває, наприклад:

(40)- 1 сек. - споживач/абонент сплачує 1,00 грн без ПФ;

(41)- 1 хв. - споживач/абонент сплачує 1,00 грн без ПФ;

(42)- 1 хв. 28 сек. - споживач/абонент сплачує 2,00 грн без ПФ.

(43) Стосовно повної тарифної одиниці часу Відповідач повідомив, що «повна тарифна одиниця часу - означає обсяг телекомунікаційних послуг, що надаються абоненту та який враховується при розрахунках зі споживачем/абонентом. В залежності від тарифного плану, обраного абонентом, повна тарифна одиниця часу може дорівнювати періоду часу рівному одній секунді, одній хвилині (60 секундам), або періоду часу, рівному 30 секундам тощо. Законодавство України не встановлює для операторів обов'язку застосовувати виключно секунду в якості повної тарифної одиниці часу».

- (44) Додатково Відповідач проінформував, «що у зв'язку з впровадженням нових тарифних планів, підключення до тарифних планів «Оптимальний Life:)» та «Місцевий Life:)» після 31.12.2011 неможливе. Тарифний план «Оптимальний Life:)» діє до 31.03.2012 включно. Тарифний план «Місцевий Life:)» діє до 30.06.2012 включно».
- (45) З метою отримання оновленої інформації Комітет направив Відповідачу вимогу від 04.12.2015 № 127-26/09-12118, в якій запитувалась така інформація:
- (46) 1. Перелік усіх тарифних планів ТОВ «Астеліт», до яких на момент отримання цієї вимоги здійснюється підключення абонентів.
- (47) 1.1. Роздруківки таких тарифних планів, у тому числі щодо кожного з вищезазначених тарифних планів, інформація про тарифікацію (посекундну, похвилинну тощо), яка доноситься до споживача/абонента. А також детальне пояснення стосовно фактичного моменту списання вартості за хвилину розмови з абонента.
- (48) 1.2. Копії наказів про введення таких тарифних планів у дію.
- (49) 2. Зазначати, з якого часу та де саме в Україні (в засобах масової інформації, друкованих виданнях, на радіо, телебаченні та в Інтернеті тощо) рекламуються тарифні плани ТОВ «Астеліт», до яких здійснюється підключення абонентів на момент отримання вимоги?
- (50) На вищезазначену вимогу ТОВ «Астеліт» листом № 8-127/826 від 01.02.2016 повідомило, що на дату отримання зазначеної Вимоги Відповідач здійснював підключення до телекомунікаційних послуг за такими публічними тарифними планами: «Шалений день», «Шалений день+», «Шалений день класичний», «Шалений день безліміт», «3G+СмартфонL345», «Все включено», «Все включено+», «Все включено VIP», «Вигідний», «Вигідний післяоплата», «business Life 15», «business Life 15 післяоплата», «business Life 39», «business Life 39 післяоплата», «business Life 59», «business Life 59 післяоплата», «business Life 149», «business Life 149 післяоплата», «business Life 35», «business Life 35 післяоплата», «business Life 79», «business Life 79 післяоплата», «business Life 75», «business Life 75 післяоплата», «3G Смартфон», «3G+Шалений день Ultra», «3G+Шалений день», «Базовий 3G», «Базовий 3G післяоплата», «Оптимальний 3G», «Оптимальний 3G післяоплата», «Преміальний 3G», «Преміальний 3G післяоплата», «Вільний Life Ultra», «Вільний Life 2015», «Вільний Life +», «3G+Гаджет», «Безмежний BUSINESS Life 300», «Безмежний BUSINESS Life 300 післяоплата», «Безмежний BUSINESS Life 500», «Безмежний BUSINESS Life 500 післяоплата», «Life:) Смартфон+», «3G+Вільний Life:)», «VIP 3GСмартфон», «Все включено», «Безлімітний Все включено», «Все включено VIP», «Безлімітний Все включено післяоплата», «Міжнародний Life:)», «3G+ Смартфон Ultra».
- (51) Крім того, Відповідач листом № 8-127/826 від 01.02.2016 надав Комітету копії наказів про введення в дію зазначених тарифних планів. У наказах про введення в дію тарифних планів «Шалений день», «Шалений день+», «Шалений день класичний», «Шалений день безліміт», «Вигідний», «Вигідний післяоплата», «business Life 15», «business Life 15 післяоплата», «Все включено», «business Life 35 післяоплата», «business Life 75 післяоплата», «business Life 39», «business Life 39 післяоплата», «business Life 59», «business Life 59 післяоплата», «business Life 79», «business Life 79 післяоплата», «Базовий 3G», «Базовий 3G післяоплата», «Оптимальний 3G», «Оптимальний 3G післяоплата», «Преміальний 3G», «Преміальний 3G післяоплата»,

«Вільний Life:) Ultra», «Вільний Life:) 2015», «3G+ Шалений день Ultra», «3G+Гаджет», «Все включено VIP», «Безмежний BUSINESS Life 300», «Безмежний BUSINESS Life 300 післяоплата», «Безмежний BUSINESS Life 500», «Безмежний BUSINESS Life 500 післяоплата», «Life:) Смартфон+», «VIP 3GСмартфон», «Безлімітний Все включено», «Безлімітний Все включено післяоплата», «Міжнародний Life:)» міститься текст такого змісту: «Тарифікація вихідних та переадресованих дзвінків (телекомунікаційної послуги передавання інформації голосом) є посекундною та здійснюється в першу секунду кожної хвилини телекомунікаційної послуги. У вартість першої секунди кожної хвилини телекомунікаційної послуги включені наступні 59 секунд без додаткової тарифікації» (далі – Комунікація).

- (52) При цьому в тарифному плані «Шалений день» вартість вихідного виклику на номери інших операторів становить 0,86 грн/хв. без ПФ та ПДВ. Так, наприклад, якщо розмова триває:
- (53) - 1 сек. - споживач/абонент сплачує 0,86 грн без ПФ та ПДВ;
- (54) - 1 хв. - споживач/абонент сплачує 0,86 грн без ПФ та ПДВ.
- (55) Отже, виходячи з наведеного можна зробити висновок, що при кінцевому розрахунку за використані хвилини та секунди розмови Відповідач стягує кошти за вихідні дзвінки в повному обсязі незалежно від того, чи споживач/абонент проговорить 1 секунду чи 1 хвилину.
- (56) Тобто, кошти стягуються за повну хвилину, і навіть якщо споживач/абонент проговорив декілька секунд, Відповідач ці секунди рахує як хвилину розмови.
- (57) Під час розслідування Комітетом були направлені листи про надання інформації до таких громадських об'єднань, як Всеукраїнська Федерація Споживачів «ПУЛЬС» та Громадська організація «Науково-дослідний центр незалежних споживчих експертиз «ТЕСТ».
- (58) На питання Комітету: «Як ви розумієте, що таке посекундна тарифікація вихідних дзвінків?» та «Як ви розумієте, що таке похвилинна тарифікація вихідних дзвінків?» Всеукраїнська Федерація Споживачів «ПУЛЬС» зазначила, що:
- (59) посекундна тарифікація може означати тільки нарахування плати за кожен секунду розмови після з'єднання;
- (60) похвилинна тарифікація означає призначення тарифу за повну хвилину розмови/з'єднання.
- (61) Громадська організація «Науково-дослідний центр незалежних споживчих експертиз «ТЕСТ» на питання Комітету: «Як ви розумієте, що таке похвилинна тарифікація вихідних дзвінків?» зазначила: «Осуществление звонка потребителем производится процедурно последовательно, т.е. начиная с набора соответствующего номера, затем нажатие кнопки вызова абонента (в течение которого оператор осуществляет соединение с вызываемым номером). Тарификация осуществляется именно с момента соединения и до прерывания соединения. Все процессы можно считать в различных временных режимах, общепринятыми считаются минуты и секунды. Минутной тарификацией можно назвать подсчет времени по отношению к деньгам. Поскольку в минуте 60 секунд, то минутная тарификация должна считаться с первой секунды

включительно по 60 секунду включительно. Это время (полная минута) должно быть привязано к финансовому расчету» (мовою оригіналу).

- (62) На питання Комітету: «Як ви розумієте, що таке посекундна тарифікація вихідних дзвінків?» Громадська організація «Науково-дослідний центр незалежних споживчих експертиз «ТЕСТ» зазначила: «Осуществление звонка потребителем производится процедурно последовательно, т.е. начиная с набора соответствующего номера, затем нажатие кнопки вызова абонента (в течение которого оператор осуществляет соединение с вызываемым номером). Тарификация осуществляется именно с момента соединения и до прерывания соединения. Все процессы можно считать в различных временных режимах, общепринятыми считаются минуты и секунды. Посекундной тарификацией можно назвать подсчет времени в секундах по отношению к деньгам. Поскольку здесь не указана привязка к минутам, то количество секунд не ограничивается 60, секундная тарификация начинается с первой до прекращения соединения. Причем все секунды должны быть самостоятельными единицами и не объединяться. Полученное время в секундах должно быть привязано к финансовому расчету» (мовою оригіналу).
- (63) На питання Комітету: «Чи може вводити в оману інформація, яка міститься в тарифному плані оператора мобільного зв'язку, а саме: тарифікація вихідних та переадресованих дзвінків (передавання інформації голосом, передача даних та факсимільних повідомлень) є посекундною та здійснюється в першу секунду кожної хвилини розмови, секунди з другої по шістдесяті кожної хвилини розмови не тарифікуються» Громадська організація Науково-дослідний центр незалежних споживчих експертиз «ТЕСТ» повідомила: «Такая формулировка вводит потребителя в заблуждение. Поскольку общепринятыми на протяжении последних лет являются тарификации по минутам и по секундам, то игра словами что тарифицируется (т.е. используется для оплаты) только первые секунды минут, то у потребителя создается впечатление, что он платит только, например, за 5 секунд при пятиминутном разговоре. Фактически же стоимость указанных тарифицируемых секунд сопоставима по стоимости всей минуты, при этом потребитель, начиная со второй секунды, уже не может прекратить оплату разговора, у него вся минута фактически уже оплачена. Поэтому такую тарификацию можно фактически считать поминутной» (мовою оригіналу).
- (64) Враховуючи наведене, можна зробити висновок, що інформація, зазначена в примітках тарифних планів ТОВ «лайфселл» щодо тарифікації вихідних дзвінків, на думку Всеукраїнської Федерації Споживачів «ПУЛЬС» та Громадської організації «Науково-дослідний центр незалежних споживчих експертиз «ТЕСТ», може вводити споживачів в оману.
- (65) Крім того, за інформацією ТОВ «лайфселл», абоненти Відповідача повідомляються про умови тарифікації кількома шляхами: інформацією на офіційному веб-сайті Відповідача, інформацією на стартових пакетах, буклетах, рекламних листівках ТОВ «лайфселл» та шляхом звернення до колл-центру Відповідача.
- (66) Покроковий алгоритм знаходження інформації про тарифікацію вихідних дзвінків на офіційному сайті Відповідача lifecell.com.ua такий: абонент знаходить необхідний тарифний план, прогортає сторінку донизу та завантажує опцію «повні умови», далі прогортає сторінку донизу та завантажує опцію «детальні умови тарифікації, мінімальний строк та додаткові умови надання послуг, що стосуються цього тарифного плану», далі внизу сторінки завантажує опцію «додаткові умови надання послуг», де міститься такий текст: «тарифікація вихідних та переадресованих дзвінків (телекомунікаційної послуги передавання інформації голосом) є посекундною та

здійснюється в першу секунду кожної хвилини телекомунікаційної послуги. У рахунок вартості першої секунди кожної хвилини телекомунікаційної послуги надаються наступні 59 секунд без додаткової тарифікації».

- (67) Відповідач вважає, що зазначене розміщення детальної інформації про умови тарифікації на веб-сайтах є загальносвітовою практикою, та наводить приклади розміщення інформації щодо умов тарифікації операторами мобільного зв'язку різних країн світу.
- (68) Однак, як свідчить загальносвітова практика, для ознайомлення з детальними умовами тарифікації на веб-сайті оператора мобільного зв'язку абоненту потрібно завантажити лише один файл, в якому міститься вся необхідна та вичерпна інформація, необхідна споживачу/абоненту для того, щоб зробити усвідомлений вибір перед придбанням тарифного плану.
- (69) Зокрема, з наведених Відповідачем прикладів:
- (70) - оператор Нової Зеландії «Orcon» на веб-сайті на сторінці з тарифними планами дзвінків повідомляє про детальні умови тарифікації без необхідності завантажувати додаткові опції на веб-сайті;
- (71) - в оператора Великобританії «Vodafone» на веб-сайті на сторінці з тарифними планами дзвінків є опція «full list of prices», після завантаження якої відкривається файл з детальними умовами тарифікації. Тобто, детальні умови тарифікації знаходяться в одному файлі;
- (72) - в оператора Люксембурга «Orange» на веб-сайті на сторінці з тарифними планами дзвінків є опція «правова інформація», після завантаження якої відкривається файл з детальними умовами тарифікації. Тобто, детальні умови тарифікації знаходяться в одному файлі.
- (73) Стосовно Комунікації Відповідача, то на стартових пакетах та рекламних листівках ТОВ «лайфселл» міститься така інформація про детальні умови тарифікації: «детальну інформацію про умови, їх можливі зміни, тарифікацію перевіряйте: lifecell.com.ua. 0800205433 (безкоштовно зі стаціонарних телефонів в Україні), 5433 (безкоштовно в мережі lifecell) або в пунктах продажу lifecell».
- (74) Отже, детальні умови тарифікації Відповідача на стартових пакетах та рекламних листівках не вказані, а є тільки посилання на веб-сайт та телефони довідкової служби.
- (75) Для отримання інформації про детальні умови тарифікації у довідковій ТОВ «лайфселл» (5433 — для абонентів Відповідача та 0800205433 — для абонентів інших операторів та з будь-якого міського номера) абонент спочатку має обрати мову для отримання інформації, після цього прослухати інформацію, далі набрати «0» для з'єднання з оператором і тільки після цього зможе дізнатися про детальні умови тарифікації в оператора ТОВ «лайфселл». Зважаючи на перезавантаженість мережі, така довідка забирає надлишкову кількість часу. Крім того, зазначену довідку можна отримати з мобільного телефону виключно після активації сім-карти ТОВ «лайфселл», що суперечить підпунктам 8 та 9 пункту 15 Правил надання та отримання телекомунікаційних послуг, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 11.04.2012 № 295 (далі – Правила).
- (76) Отже, споживач/абонент не має можливості до укладення договору з Відповідачем ознайомитися з умовами тарифікації ТОВ «лайфселл», які дадуть можливість

споживачу/абоненту зрозуміти, що інформація на сайті є неправдивою, неповною та неточною, якщо в нього не має доступу до телефону іншого мобільного оператора або стаціонарного. Проте додатково зазначаємо, що середньостатистичний споживач/абонент і не зобов'язаний вчиняти дії зі спростування недостовірної інформації, зазначеної виробником щодо своєї продукції. Крім того, в цьому випадку недостовірна інформація не спростовується.

- (77) Згідно з пунктом 3 Правил тарифною одиницею (одиниця тарифікації) послуги є одиниця обсягу послуги (тривалість часу (секунда, хвилина), обсяг даних (кілобайт, мегабайт), кількість повідомлень, сеансів зв'язку), за якою здійснюється тарифікація.
- (78) Відповідно до пункту 3 статті 39 Закону України «Про телекомунікації» у разі, якщо оператор, провайдер телекомунікацій встановлює плату за телекомунікаційні послуги згідно з почасовими тарифами, то при розрахунках зі споживачами/абонентами він зобов'язаний врахувати лише повні тарифні одиниці часу.
- (79) Згідно з абзацами третім та четвертим пункту 65 Правил, обсяг наданих послуг встановлюється на підставі тривалості їх надання та/або обсягу надісланої та/або отриманої споживачем/абонентом інформації. Для ведення обліку обсягу наданих послуг застосовуються тільки повні тарифні одиниці в межах окремого сеансу зв'язку. Неповні тарифні одиниці тарифікації не підлягають.
- (80) Згідно з абзацом першим пункту 66 Правил обсяг голосової послуги визначається з моменту фіксації технічними засобами телекомунікацій сигналу відповіді сторони, яка викликається, до моменту фіксації сигналу відбою з'єднання однієї із сторін відповідно до даних автоматизованих систем розрахунків за послуги.
- (81) Вищезазначені норми дають підстави споживачу/абоненту вірити, що при вищенаведеній Комунікації Відповідача оплата за послуги рухомого (мобільного) зв'язку здійснюється за кожен фактичний секунду розмови, оскільки тарифною одиницею часу послуг вказана секунда, а формулювання щодо детальних умов тарифікації на веб-сайті ТОВ «лайфселл» неправдиве, неповне та неточне і дає всі підстави споживачу/абоненту вважати, що тарифікація є посекундною, оскільки про це прямо зазначається в Комунікації. Крім того, недостовірна інформація в Комунікації щодо посекундної тарифікації не спростовується неповною і неточною деталізацією з твердженнями: «Тарифікація дзвінків здійснюється в першу секунду кожної хвилини розмови в розмірі зазначеної вартості хвилини. Секунди з другої по шістдесяті не тарифікуються». Та й навіть гіпотетично подальше спростування недостовірної інформації, що надається на самому початку Комунікації, не може вважатися коректним і повноцінним інформуванням.
- (82) Отже, зазначені формулювання є неправдивими, неповними та неточними і такими, що можуть ввести в оману споживачів/абонентів щодо детальних умов тарифікації послуг мобільного зв'язку ТОВ «лайфселл».

5. ВИСНОВКИ У СПРАВІ ТА КВАЛІФІКАЦІЯ ДІЙ ВІДПОВІДАЧА

- (83) 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, неправдивих, неповних, неточних 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.

- (84) Інформацією, що вводить в оману, є, зокрема, відомості, які:
- (85) містять неповні, неточні або неправдиві дані про походження товару виробника, продавця, спосіб виготовлення, джерела та спосіб придбання, реалізації, кількість, споживчі властивості, якість, комплектність, придатність до застосування, стандарти, характеристики, особливості реалізації товарів, робіт, послуг, ціну і знижки на них, а також про істотні умови договору;
- (86) містять неповні, неточні або неправдиві дані про фінансовий стан чи господарську діяльність суб'єкта господарювання;
- (87) приписують повноваження та права, яких не мають, або відносини, в яких не перебувають;
- (88) містять посилання на обсяги виробництва, придбання, продажу чи поставки товарів, виконання робіт, надання послуг, яких фактично не було на день поширення інформації.
- (89) Отже, дії ТОВ «лайфселл» є порушенням законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбаченим статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення невизначеному колу осіб неправдивих, неповних, неточних відомостей щодо тарифікації дзвінків на послуги оператора мобільного зв'язку, що вплинули або можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання послуг ТОВ «лайфселл».

6. ЗАУВАЖЕННЯ ТА ЗАПЕРЕЧЕННЯ ВІДПОВІДАЧА НА ПОДАННЯ З ПОПЕРЕДНІМИ ВИСНОВКАМИ У СПРАВІ

- (90) На подання з попередніми висновками від 13.04.2017 № 27-26.4/47-11/139–спр ТОВ «лайфселл» листом від 19.05.2017 № 2285 (zareєстрований у Комітеті 22.05.2017 за № 8-01/4808) надало власні заперечення (далі – Заперечення), не погоджуючись з висновками Комітету та вважаючи їх незаконними та необґрунтованими з таких причин:
- (91) 1. *«...Не встановлено у чому полягає неповність, неточність чи неправдивість формулювання Відповідача щодо тарифікації дзвінків...АМКУ не наводить будь-яких фактичних даних щодо невідповідності зазначеного Формулювання вимогам законодавства та\або звичайній діловій практиці на відповідному товарному ринку України...Комітет не зазначає яким чином та\або в якій частині Формулювання є неповним, неточним та неправдивим....У матеріалах Справи та у Попередніх висновках відсутні будь-які посилання на фактичні дані, які б підтверджували факт порушення з боку Товариства...»*
- (92) Це заперечення не відповідає матеріалам справи, оскільки Комітетом прямо визначено таке: у першому твердженні ТОВ «лайфселл» – *«тарифікація вихідних та переадресованих дзвінків (телекомунікаційної послуги передавання інформації голосом) є посекундною та здійснюється в першу секунду кожної хвилини телекомунікаційної послуги...»* – вказано, що тарифікація вихідних дзвінків є посекундною і це дає підстави споживачу/абоненту вважати, що оплата знімається за кожну фактично використану секунду розмови, а насправді оплата знімається в першу секунду розмови в розмірі вартості повної хвилини незалежно від кількості проговорених секунд у цій хвилині.
- (93) Тарифікація здійснюється в першу секунду розмови як при похвилинній тарифікації, так і при посекундній тарифікації, тому це твердження є неточним та не має жодних підстав

вважати, що фраза «тарифікація вихідних дзвінків ... здійснюється в першу секунду кожної хвилини телекомунікаційної послуги...» має навести споживача/абонента на думку про те, що насправді тарифікація є похвилинною.

- (94) При цьому друге твердження Відповідача – «...у рахунок вартості першої секунди кожної хвилини телекомунікаційної послуги надаються наступні 59 секунд без додаткової тарифікації» – є неповним та також не дає споживачеві/абоненту належної інформації стосовно тарифікації та вартості розмови. Воно дає споживачу/абоненту підстави припустити, що, наприклад, за 25 секунд розмови оператором буде знято оплату в розмірі або вартості однієї секунди розмови (через те, що «...у рахунок вартості першої секунди кожної хвилини телекомунікаційної послуги надаються наступні 59 секунд без додаткової тарифікації» або вартості 25 секунд розмови (через те, що «...тарифікація... є посекундною...»). Крім того, ТОВ «лайфселл» взагалі не зазначає вартість однієї секунди розмови, а також не зазначає первинну вартість у 59 секунд, яка включена у вартість 1 секунди, а вказує вартість лише однієї хвилини розмови, що ще раз підкреслює неповноту наданої інформації. Отже, вартість 1 секунди середньостатистичний споживач може отримати виключно розрахунковим методом, маючи вартість хвилини та знаючи, що тарифікація посекундна. Тобто, при вартості хвилини 60 копійок і за умови посекундної тарифікації, вартість 1 секунди дорівнює 1 копійці. Але, як з'ясувалось, фактично це є неправдою, оскільки вартість 1 секунди дорівнюватиме 60 копійкам (за умов, викладених вище).
- (95) Відповідач стверджує: «...Для ведення обліку обсягу наданих послуг застосовуються тільки відповідні тарифні одиниці...- перші секунди кожної хвилини дзвінка...», таке позиціонування не відповідає вимогам законодавства, що ще раз підтверджує введення в оману споживачів, що може вплинути на їх наміри стосовно придбання послуг Відповідача. Відповідно до Правил одиниця тарифікації – це тривалість часу, за якою здійснюється тарифікація. Тривалість часу не може вимірюватись першими секундами кожної хвилини дзвінка, тривалість часу – це безперервна функція, в ній не існує часових прогалів.
- (96) Отже, Комунікація Відповідача про тарифікацію вихідних дзвінків містить неправдиві, неповні, неточні відомості щодо тарифікації дзвінків на послуги оператора мобільного зв'язку, що можуть вплинути на наміри цих осіб стосовно придбання послуг ТОВ «лайфселл», а отже, є порушенням статті 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» - поширення інформації, що вводить в оману.
- (97) 2. «Не встановлено факту та\або вірогідність впливу Формулювання на прийняття рішення споживачем...судовою практикою Європейського Союзу та України встановлено, що середньостатистичний споживач, який робить свідомий вибір конкретного продукту *ipso facto* не може вважатися «наївним і недосвідченим...»
- (98) При цьому Відповідач посилається на положення Директиви № 2005\29\ЄС Європейського Парламенту та Європейської Ради від 11 травня 2005 року «Про недобросовісні торгівельні методи підприємств по відношенню до споживачів на внутрішньому ринку», якою, на думку Відповідача, «...презюмується, що середньостатистичний споживач є інформованим, уважним та обережним при виборі товару...»
- (99) З цього приводу Комітет наполягає на тому, що жоден суб'єкт господарювання не має права спочатку надавати споживачеві/абоненту неправдиву інформацію, зокрема, в умовах тарифікації, а в подальшому якимось чином таку інформацію спростовувати. Правдиву інформацію зможуть отримати лише ті споживачі/абоненти, які додзвонилися в довідкову ТОВ «лайфселл» та зв'язалися з оператором (не IVR) і прямо попросили спростувати або підтвердити інформацію про посекундну тарифікацію. Проте середньостатистичний споживач/абонент не повинен ставити під сумнів кожну інформацію від суб'єктів

господарювання про власні товари чи послуги, яку він отримує, зокрема про умови тарифікації. Комітет вважає, що такий споживач/абонент, прочитавши перше твердження ТОВ «лайфселл» про те, що тарифікація вихідних дзвінків є посекундною, має усі підстави вірити, що тарифікація дійсно є саме посекундною, оплата знімається саме за кожну фактичну секунду розмови, і не має підстав піддавати це сумніву та додатково перевіряти інформацію в інших джерелах, таких як гаряча лінія оператора. Більше того, друге твердження Відповідача: «У рахунок вартості першої секунди кожної хвилини телекомунікаційної послуги надаються наступні 59 секунд без додаткової тарифікації» не тільки не спростовує факту, що тарифікація вихідних дзвінків має бути посекундною, а, навпаки, підтверджує, що жодна наступна секунда розмови, крім першої, додатково не тарифікується.

(100) «Ненаївність і досвідченість» середньостатистичного споживача/абонента не може прийматися суб'єктами господарювання в цілому та Відповідачем зокрема, як обґрунтована та достатня підстава для свідомого поширення завідомо неправдивої інформації.

(101) Крім того, та сама Директива, на яку посилається Відповідач, визначає: *«...Комерційна діяльність вважається такою, що вводить в оману, якщо вона включає в себе недостовірну інформацію або складає загальне враження про товар, що вводить в оману або може ввести в оману середньостатистичного споживача, навіть якщо інформація вірна по відношенню одного або декількох елементів товару, основних його характеристик, ціни товару, способу визначення ціни товару права споживача тощо, та спонукає або може спонукати споживача здійснити покупку (заключити договір), якої не було б, якщо споживач мав достовірні відомості...»*, *«...Комерційна діяльність вважається такою, що вводить в оману, якщо виходячи з фактичної ситуації, приймаючи до уваги всі особливості, обставини і обмеження комунікативного середовища, продавець не надає істотно необхідної середньостатистичному споживачу інформації для прийняття обдуманого рішення по угоді, що веде чи може привести до укладення середньостатистичним споживачем угоди, якої при інших обставинах не було би ним укладено...»*. Саме це й відбувається зі споживачем, коли він виявляє бажання стати абонентом одного з мобільних операторів. Знаходячись, наприклад, у місці продажу сім-карт, Відповідача може не мати будь-якого іншого телефону – стаціонарного чи іншого мобільного оператора для отримання повної та правдивої інформації в оператора ТОВ «лайфселл» за довідковим номером 5433 — для абонентів Відповідача та 0800205433 — для абонентів інших операторів та з будь-якого міського номера. У результаті такого обмеження інформації споживач може придбати сім-карту ТОВ «лайфселл» і стати його новим абонентом саме через розуміння ним того, що тарифікація є посекундною, чого він би міг і не зробити, якби йому була відома інформація, що насправді тарифікація є похвилинною.

(102) На підтвердження своєї позиції Відповідач також посилається на затверджені ним Умови і порядок надання телекомунікаційних послуг (остання редакція затверджена наказом Товариства № 2199 від 16 грудня 2016 року) (далі – Умови), які встановлюють, що ці умови *«...є обов'язковими для виконання усіма абонентами, які активували ідентифікаційну карту (SIM-карту Товариства), вважають ознайомленими та безумовно згодними з Умовами, а також цінами/тарифами/умовами обслуговування Товариства...споживач повинен ознайомитися з повною інформацією про ...вартість...відповідних послуг Товариства у будь-який із доступних йому способів, зокрема у центрах обслуговування абонентів (магазинах), на офіційній веб-сторінці Товариства, через інформаційно-консультаційні центри Товариства, тощо...факт укладання договору – підтверджує факт, що споживач ознайомився і погодився із умовами договору...»*. Звертаємо увагу на те, що, ознайомившись на сайті з детальною інформацією про тарифікацію (а всі буклети, рекламні матеріали та інформація на стартовому пакеті саме апелюють до сайту), споживач/абонент як раз і отримує неправдиву, неповну й неточну інформацію. Умови

передбачають і вважають достатнім ознайомлення з тарифікацією в будь-який із доступних способів, а не всіма в сукупності.

- (103) Однак на дату направлення Відповідачем своїх Заперечень, ця редакція Умов уже була недійсна і відсутня на сайті www.lifecell.ua, оскільки, як зазначено на сайті Відповідача, Наказом № 752 від 28.04.2017 ці Умови затверджено в іншій редакції. Тому посилання на недійсний документ Комітет до уваги не бере.
- (104) При цьому Комітет бере до уваги положення цих Умов у чинній на стан прийняття цього рішення редакції. Так, зокрема, пунктом 29.6 Відповідач добровільно поклав на себе обов'язок *«своєчасно надавати споживачам вичерпну та достовірну інформацію щодо укладення Договору...»*. Інформація про тарифікацію послуг ТОВ «лайфселл» також є інформацією щодо укладання договору.
- (105) Статтею 638 Цивільного кодексу України передбачено, що *«...істотними умовами договору є умови про предмет договору, умови, що визначені законом як істотні або є необхідними для договорів даного виду, а також усі ті умови щодо яких за заявою хоча б однієї із сторін має бути досягнуто згоди...»*. Статтею 903 цього ж Кодексу встановлено, що *«якщо договором передбачено надання послуг за плату, замовник зобов'язаний оплатити надану йому послугу в розмірі, у строки та в порядку, що встановлені договором...»*. Оскільки договорами між ТОВ «лайфселл» та його абонентами передбачено надання телекомунікаційних послуг на платній основі, вартість таких послуг (у зазначеному договорі – їх тарифікація) є істотною умовою укладення договору. Крім того, оператори мобільного зв'язку, які розміщують неправдиву інформацію про «посекундну» тарифікацію, отримують неправомірну конкурентну перевагу перед тими операторами мобільного зв'язку, які не вдаються до поширення недостовірної інформації. Відповідно, поширюючи неправдиву інформацію щодо тарифікації своїх послуг, ТОВ «лайфселл» порушує законодавства про захист від недобросовісної конкуренції.
- (106) Відповідно до абзаців шість, вісім, дев'ять пункту 15 Правил надання та отримання телекомунікаційних послуг до укладення договору оператор, провайдер зобов'язаний безоплатно надати споживачеві для ознайомлення вичерпну інформацію про зміст, якість, вартість та порядок надання послуг, зокрема: умов надання послуг, тарифів, тарифних планів на послуги із зазначенням мінімального строку їх дії, пільг з надання та оплати послуг, умов і порядку оплати послуг. Однак інформація в Комунікації Відповідача про умови тарифікації вихідних дзвінків є неправдивою, неточною та неповною.
- (107) Щодо обов'язків споживачів/абонентів ознайомитися з повною інформацією про вартість послуг, то повне ознайомлення, а саме детальна інформація на сайті, якраз і дає неправдиву інформацію, оскільки інші канали поширення інформації (стартові пакети, буклети, реклама) лише здійснюють посилання на сайт. Більше того, як уже зазначено вище, саме через недобросовісні дії Відповідача можливості споживача/абонента в отриманні повної та правдивої інформації є суттєво обмеженими порівняно з тими, якими б вони мали бути, якби Відповідач поширював правдиву та повну інформацію.
- (108) Крім того, усі заперечення Відповідача, що ґрунтуються на нормах цих Умов, спростовуються таким: згідно з пунктами 2, 3.1 та 7.1 *«...дія цих Умов поширюється на всіх абонентів Оператора...Ці Умови є невід'ємною складовою частиною всіх договорів між Абонентом та Оператором...Абонент - споживач Послуг, що отримує їх на умовах Договору...»*. Зазначені норми регулюють відносини лише між ТОВ «лайфселл» та тими споживачами, які вже уклали з ним договір на надання телекомунікаційних послуг і вже їх отримують. Положення ж статті 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» поширюються і на тих споживачів, які ще не уклали договорів із суб'єктом

господарювання, а тільки мають намір це зробити, і ще не мають підстав приймати на себе будь-які зобов'язання перед ТОВ «лайфселл».

- (109) У цій справі під поняттям «споживач» розуміється людина, яка ще не підписала договір або не придбала сім-карту ТОВ «лайфселл», але має намір це зробити; під поняттям «абонент» розуміється та особа, яка вже придбала сім-картку та уклала договір з Відповідачем і має можливість користуватися його послугами. Споживач, прочитавши твердження Відповідача про умови тарифікації, має усі підстави вірити, що оплата буде зніматися саме за кожну фактично використану секунду розмови, та може придбати сім-картку/тарифний план ТОВ «лайфселл» і стати його абонентом саме завдяки поширенню Відповідачем неправдивої інформації. Більше того, жоден такий споживач не зобов'язаний піддавати сумніву правдивість поширеної інформації та перевіряти її додатковими шляхами.
- (110) Тобто, споживач може бути введений Відповідачем в оману ще до того, як споживач стане абонентом. Отже, розуміння Відповідача того, хто саме є споживачем, якого він вводить в оману поширенням неправдивої інформації, є занадто вузьким порівняно з тим, кого таким споживачем визнає Комітет, керуючись чинним законодавством України.
- (111) Також Відповідач вважає, що *«...попередні висновки, головним чином базуються на інтерпретації окремих слів..., які використовуються Товариством в рекламних та інших публічних матеріалах, без урахування контексту, в якому такі окремі слова вживаються та змісту Формулювання в цілому...необхідно враховувати зміст реклами в цілому, а не окреме речення чи слово...»*
- (112) Це заперечення Відповідача також спростовуються матеріалами справи, оскільки Комітет оцінює не окремі слова чи речення, як стверджує ТОВ «лайфселл», а повідомлення такої інформації: «Тарифікація вихідних та переадресованих дзвінків (телекомунікаційної послуги передавання інформації голосом) є посекундною та здійснюється в першу секунду кожної хвилини телекомунікаційної послуги. У вартість першої секунди кожної хвилини телекомунікаційної послуги включені наступні 59 секунд без додаткової тарифікації».
- (113) Щодо рекламних листівок ТОВ «лайфселл», на яких розміщено посилання на ресурс, в якому поширено неправдиву інформацію про тарифікацію (веб-сторінка <https://www.lifecell.ua/>), то відповідно до статей 1 та 10 Закону України «Про рекламу» реклама, яка вводить або може ввести в оману споживачів реклами, завдати шкоди особам, державі чи суспільству внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, замовчування, порушення вимог щодо часу, місця і способу розповсюдження, визнається недобросовісною та забороняється. При цьому згідно зі статтею 26 Закону України «Про рекламу» контроль за дотриманням законодавства України про рекламу здійснює у межах своїх повноважень Антимонопольний комітет України – щодо дотримання законодавства про захист економічної конкуренції.
- (114) Такий самий підхід застосовується і в Європейській практиці. Так, зокрема, відповідно до Директиви Ради 84/450/ЄЕС «Щодо наближення законів, постанов та адміністративних положень держав-членів стосовно реклами, яка вводить в оману» від 10 вересня 1984 року *«...реклама, яка вводить в оману означає будь-яку рекламу, котра в будь-який спосіб, включаючи метод її подання, вводить в оману або здатна ввести в оману осіб, яким вона адресована або увагу яких вона привертає, і котра через свій обманливий характер здатна впливати на їхню економічну поведінку або з цих причин завдає шкоди або здатна завдати шкоди конкуренту...»*. При цьому *«...при визначенні того, чи є реклама такою, що вводить в оману, треба враховувати всі її риси і, зокрема, будь-яку інформацію, яку вона містить, стосовно: ...ціни або способу, в який розраховується ціна...»*

- (115) 3. *«...Для оцінки правомірності викладення умов тарифікації товариства, Комітет посилається на пояснення громадських організацій із захисту прав споживачів, основна діяльність яких стосується контролю за якістю споживчих товарів, що є належним доказом, особливо при наявності спеціального державного органу в сфері телекомунікацій...»*
- (116) Комітет вважає, що для захисту прав споживачів громадські організації не мають бути експертами в кожній конкретній сфері діяльності, в якій такі права порушуються.
- (117) Громадське об'єднання Всеукраїнської Федерації Споживачів «ПУЛЬС» та Громадська організація «Науково-дослідний центр незалежних споживчих експертиз «ТЕСТ» спеціалізуються, зокрема на захисті законних прав споживачів, просуванні інтересів споживчої спільноти, рівному доступі всіх споживачів до доброякісних та безпечних товарів, робіт і послуг та має досвід у вивченні громадської думки, у тому числі щодо питання введення в оману споживачів при поширенні суб'єктами господарювання неправдивої інформації щодо власних товарів та/або послуг. У цій справі зазначені організації надали свої пояснення виключно щодо загального розуміння та сприйняття споживачами інформації, розміщеної Відповідачем стосовно тарифікації своєї послуги, та можливості введення чи не введення в оману споживачів. Пояснення цих організацій жодним чином не стосуються якихось специфічних питань у сфері телекомунікації, для надання яких потрібні вузькі технічні знання. Отже, пояснення Громадського об'єднання Всеукраїнської Федерації Споживачів «ПУЛЬС» та Громадської організації «Науково-дослідний центр незалежних споживчих експертиз «ТЕСТ» щодо питань, які досліджуються у справі, є належними доказами.
- (118) Стосовно припущення Відповідача, що *«...більш логічним було б зазначення висновків НКРЗІ в Справі...»*, то Положенням про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації, затвердженим Указом Президента України від 23 листопада 2011 року 1067/2011, яке регулює діяльність цієї комісії, не передбачено будь-яких повноважень чи завдань у сфері захисту економічної конкуренції.
- (119) Крім того, взявши до уваги заперечення Відповідача щодо відсутності в матеріалах справи *«...опитування думки споживачів\абонентів щодо сприйняття ними тих чи інших формулювань...»*, Комітетом було проведено опитування споживачів та абонентів мобільного зв'язку стосовно розуміння ними інформації «тарифікація вихідних та переадресованих дзвінків (телекомунікаційної послуги передавання інформації голосом) є посекундною та здійснюється в першу секунду кожної хвилини телекомунікаційної послуги. У рахунок вартості першої секунди кожної хвилини телекомунікаційної послуги надаються наступні 59 секунд без додаткової тарифікації». Згідно з результатами опитування (опитано 512 споживачів/абонентів на виході з центрів обслуговування абонентів оператора ТОВ «лайфселл»): 213 опитаних сприймають твердження Відповідача про деталі тарифікації як оплату за кожен секунду вихідного дзвінка, починаючи з першої секунди, 129 опитаних вважають, що стягнення плати здійснюється лише за першу секунду кожної хвилини розмови в розмірі вартості секунди, секунди з 2 по 59 надаються безкоштовно (даруються) та 170 опитаних вважають, що стягнення плати здійснюється в першу секунду кожної хвилини розмови в розмірі вартості хвилини. Отже, згідно з результатами опитування 66,8% опитаних споживачів були введені в оману щодо твердження Відповідача.
- (120) ТОВ «лайфселл» на засіданні Комітету у Справі 14.09.2017 надало Комітету власне опитування думки споживачів, проведене товариством з обмеженою відповідальністю «Кью енд Кью діджитал» (ідентифікаційний код 40153641), результати якого повністю спростовуються матеріалами Справи.

- (121) 4. *«Зауваження щодо використання АМКУ у Справі прикладів спрощеного розміщення інформації про тарифні пакети зарубіжних операторів порівняно із способом розміщення такої інформації Товариством...» та наголошення на їх некоректності.*
- (122) Зокрема, Відповідач звертає увагу Комітету на те, що на сайтах тих операторів, на які Комітет вказував як на приклади, для отримання інформації про тарифи також необхідно зробити декілька додаткових кроків.
- (123) Комітет вважає такі зауваження необґрунтованими з огляду на наступне.
- (124) Порухення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції Комітет вбачає саме в поширенні Відповідачем неправдивих, неповних та неточних відомостей про умови тарифікації вихідних дзвінків, а не в кількості додаткових кроків, які повинен зробити споживач/абонент на веб-сайті оператора для отримання детальної інформації про умови тарифікації.
- (125) Приклади комунікацій про умови тарифікації світових операторів мобільного зв'язку свідчать, що споживачам/абонентам зазначених операторів простіше отримати детальну інформацію про умови тарифікації ніж на сайті Відповідача, оскільки споживач/абонент, знайшовши необхідний йому тарифний план, може отримати всю необхідну йому інформацію про умови тарифікації в одному файлі або здійснивши перехід за одним посиланням. У той час як на веб-сторінці Відповідача споживач/абонент, знайшовши необхідний тарифний план, наприклад «Абсолютна Свобода», бачить лише частину умов його користування, після чого він має завантажити наступну опцію «повні умови», де зможе ознайомитися ще з однією частиною інформації про тариф, після чого завантажує ще одну опцію «детальні умови тарифікації, мінімальний строк та додаткові умови надання послуг, що стосуються цього тарифного плану», і вже тільки там має можливість ознайомитися з повним текстом детальних умов тарифікації. Тобто, інформація на сайті Відповідача про користування тарифним планом знаходиться за трьома різними посиланнями, а не в одному файлі або за одним посиланням.
- (126) 5. *«АМКУ припустився порушення принципів пропорційності, недискримінаційності та розумності при визначення санкцій в Попередніх висновках, що порушує права Товариства...застосування Комітетом штрафних санкцій до Товариства при наявності аналогічної та або схожої справи завершеної рекомендаціями, буде прямим порушенням основоположних принципів рівності перед законом, недискримінаційності, пропорційності та розумності...»*
- (127) Питання наявності чи відсутності ознак порушень законодавства про захист економічної конкуренції у діях суб'єктів господарювання, так само як і їх кваліфікація, розглядаються Комітетом щодо кожного конкретного випадку окремо, на підставі наявних доказів та враховуючи індивідуальні обставини, що мають значення.
- (128) Тому посилання Відповідача на іншу справу, яка, ну думку ТОВ «лайфселл», є схожою зі Справою, Комітет вважає необґрунтованим.
- (129) Отже, формулювання Відповідача про умови тарифікації послуг мобільного зв'язку: *«Тарифікація вихідних та переадресованих дзвінків (телекомунікаційної послуги передавання інформації голосом) є посекудною та здійснюється в першу секунду кожної хвилини телекомунікаційної послуги. У рахунок вартості першої секунди кожної хвилини телекомунікаційної послуги надаються наступні 59 секунд без додаткової тарифікації»*, при тому, що фактично тарифікація дзвінків здійснюється за повну хвилину, містить неправдиві, неповні та неточні відомості, що вплинули або

можуть вплинути на наміри споживачів та/або абонентів щодо придбання послуг ТОВ «лайфселл».

(130) Отже, враховуючи викладене вище, надані Заперечення Відповідача не спростовують доводів Комітету.

7. ВИЗНАЧЕННЯ РОЗМІРУ ШТРАФУ

(131) Відповідно до статті 21 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» вчинення порушення у вигляді недобросовісної конкуренції тягне за собою накладення штрафу у розмірі до п'яти відсотків виручки (доходу) від реалізації товарів за останній фінансовий рік, що передував року, в якому накладається штраф.

(132) Дохід (виручка) ТОВ «лайфселл» від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за 2016 рік становить 6 560 265 184 (шість мільярдів п'ятсот шістдесят мільйонів двісті шістдесят п'ять тисяч сто вісімдесят чотири) гривні.

(133) Враховуючи викладене, керуючись статтею 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтями 21, 27 і 30 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» та пунктом 23 Правил розгляду заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, затверджених розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19 квітня 1994 року № 5, зареєстрованих у Міністерстві юстиції України 6 травня 1994 року за № 90/299 (у редакції розпорядження Антимонопольного комітету України від 29 червня 1998 року № 169-р) (із змінами), Антимонопольний комітет України

ПОСТАНОВИВ:

1. Визнати дії товариства з обмеженою відповідальністю «лайфселл» (ідентифікаційний код юридичної особи 22859846) з поширення інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення невизначеному колу осіб неправдивих, неповних, неточних відомостей щодо тарифікації вихідних дзвінків, що можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання послуг ТОВ «лайфселл», порушенням, передбаченим статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції».

2. За порушення, зазначене в пункті 1 резолютивної частини цього рішення, відповідно до частини першої статті 21 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», накласти на товариство з обмеженою відповідальністю «лайфселл» штраф у розмірі 19 466 840 (дев'ятнадцять мільйонів чотириста шістдесят шість тисяч вісімсот сорок) гривень.

Штраф підлягає сплаті у двомісячний строк з дня одержання рішення про накладення штрафу.

Відповідно до частини восьмої статті 56 Закону України «Про захист економічної конкуренції» протягом п'яти днів з дня сплати штрафу суб'єкт господарювання зобов'язаний надіслати Антимонопольному комітету України документи, що підтверджують сплату штрафу.

3. Зобов'язати товариство з обмеженою відповідальністю «лайфселл» у двомісячний строк з дня одержання рішення інформувати споживачів та абонентів стосовно тарифікації вихідних дзвінків здійснювати у строк, встановлений законодавством, у

чіткій формі та у спосіб, що не вводитиме в оману споживачів та абонентів телекомунікаційних послуг.

Рішення може бути оскаржене до господарського суду міста Києва у двомісячний строк з дня його одержання.

Голова Комітету

Ю. ТЕРЕНТЬЄВ