



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РІШЕННЯ

АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ ПІВНІЧНОГО МІЖОБЛАСНОГО ТЕРИТОРІАЛЬНОГО ВІДДІЛЕННЯ

«12» червня 2025 року

№ 60/116-р/к

справа № 18/60/19-рп/к.20

м. Київ

*Про порушення законодавства
про захист економічної конкуренції
та накладення штрафу*

Суб'єкт господарювання в особі товариства з обмеженою відповідальністю «УАФ МАРКЕТИНГ» (далі – ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ»), товариства з обмеженою відповідальністю «УАФ ТІКЕТ» (далі – ТОВ «УАФ ТІКЕТ») та товариства з обмеженою відповідальністю «ТІКЕТСРМ» (далі – ТОВ «ТІКЕТСРМ») у період з 16.09.2019 по 14.10.2019 займав монопольне (домінуюче) становище на ринку послуг з продажу (реалізації) квитків на матч Турніру Чемпіонату Європи - 2020 (UEFA Euro 2020) між Національними збірними командами з футболу України та Португалії в межах (*інформація доступ до якої обмежено*) з часткою 97,94 %.

Суб'єкт господарювання в особі ТОВ «УАФ Маркетинг», ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ» нав'язував у період з 16.09.2019 по 14.10.2019 споживачам для можливості придбання квитків на домашній кваліфікаційний матч Турніру Чемпіонату Європи - 2020 (UEFA Euro 2020) між Національними збірними командами з футболу України та Португалії додаткових умов, зокрема щодо придбання квитків на домашній кваліфікаційний матч Турніру Чемпіонату Європи - 2020 (UEFA Euro 2020) між Національними збірними командами з футболу України та Литви.

За результатом розгляду справи № 18/60/19-рп/к.20 зазначені дії визнано зловживанням монопольним (домінуючим) становищем на ринку послуг з продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія», шляхом встановлення таких умов реалізації товару, які неможливо було б встановити за умов існування значної конкуренції на цьому ринку.

На ТОВ «УАФ Маркетинг», ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ» накладено штрафи на загальну суму 204 000 (двісті чотири тисячі) гривень.

Адміністративна колегія Північного міжобласного територіального відділення Антимонопольного комітету України, розглянувши матеріали справи № 18/60/19-рп/к.20 про порушення суб'єктом господарювання в особі ТОВ «УАФ Маркетинг», ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ» законодавства про захист економічної конкуренції, та подання Третього відділу досліджень і розслідувань Північного міжобласного територіального відділення Антимонопольного комітету України від 16.05.2025 № 60-03/321-П з попередніми висновками у зазначеній справі,

ВСТАНОВИЛА:**1. Процесуальні дії**

- (1) Північне міжобласне територіальне відділення Антимонопольного комітету України (попередня назва – Київське обласне територіальне відділення Антимонопольного комітету України) (далі – Відділення), з метою виконання завдань покладених Законом України «Про Антимонопольний комітет України», здійснювало за власною ініціативою державний контроль за дотриманням суб'єктами господарювання вимог законодавства про захист економічної конкуренції під час продажу (реалізації) квитків на домашній кваліфікаційний матч Турніру Чемпіонату Європи - 2020 (UEFA Euro 2020) між Національними збірними командами з футболу України та Португалії, який відбувся 14.10.2019 на стадіоні Національного спортивного комплексу «Олімпійський» (далі – НСК «Олімпійський») у м. Києві (далі – Матч «Україна – Португалія»).
- (2) Відділення направило до громадської спілки «Українська асоціація футболу» (попередня назва – громадська організація «Українська асоціація футболу») (далі – УАФ) лист про надання інформації від 08.10.2019 № 60-02/5757.
- (3) Листом від 28.10.2019 № 2289 (вх. Відділення від 30.10.2019 № 60-01/3855) УАФ надала запитувану інформацію та копії документів.
- (4) Відділення направило ТОВ «TIKETCPM» вимогу про надання інформації від 08.10.2019 № 60-02/5758.
- (5) Відділення направило ТОВ «TIKETCPM» вимогу про надання інформації від 21.11.2019 № 60-02/6663.
- (6) Листом від 20.12.2019 № 201219/01 (вх. Відділення від 21.12.2019 № 60-01/4548) ТОВ «TIKETCPM» надало запитувану інформацію та копії документів.
- (7) Відділення направило ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» вимогу про надання інформації від 30.10.2019 № 60-02/6170.
- (8) Листом від 29.11.2019 № 198 (вх. Відділення від 05.12.2019 № 60-01/4332) ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» надало запитувану інформацію та копії документів.
- (9) Розпорядженням адміністративної колегії Відділення від 25.02.2020 № 60/19-рп/к розпочато розгляд справи № 18/60/19-рп/к.20 (далі – Справа) за ознаками вчинення ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» порушення законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченого частиною першою статті 13 та пунктом 2 статті 50 Закону України «Про захист економічної конкуренції», у вигляді зловживання монопольним (домінуючим) становищем на ринку послуг з реалізації квитків на домашні кваліфікаційні матчі Турніру Чемпіонату Європи - 2020, що призвело або могло призвести до ущемлення інтересів споживачів, яке було б неможливим за умов існування значної конкуренції на цьому ринку.
- (10) Листом від 26.02.2020 № 60-02/1133 ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» направлено копію розпорядження про початок розгляду Справи. Відповідно до рекомендованого повідомлення про вручення поштового відправлення (*інформація доступ до якої обмежено*) лист від 26.02.2020 № 60-02/1133 (*інформація доступ до якої обмежено*) було вручено за довіреністю 08.02.2020.

- (11) Відділення направило ТОВ «УАФ ТІКЕТ» вимогу про надання інформації від 09.10.2020 № 60-02/5705.
- (12) Листом від 12.11.2020 № 08 (вх. Відділення від 16.11.2020 № 60-01/4345) ТОВ «УАФ ТІКЕТ» надало запитувану інформацію та копії документів.
- (13) Відділення направило ТОВ «ТІКЕТСРМ» вимогу про надання інформації від 02.12.2020 № 60-02/6968. Вказана вимога була повернута до Відділення із позначкою «за закінченням встановленого терміну зберігання».
- (14) Відділення направило ТОВ «УАФ ТІКЕТ» вимогу про надання інформації від 03.12.2020 № 60-02/6987.
- (15) Листом від 14.01.2021 № 01 (вх. Відділення від 26.01.2021 № 60-01/382) ТОВ «УАФ ТІКЕТ» надало запитувану інформацію та копії документів.
- (16) Розпорядженням адміністративної колегії Відділення від 13.06.2024 № 60/104-рп/к збір та аналіз доказів у Справі доручено Третьому відділу досліджень і розслідувань Північного міжобласного територіального відділення Антимонопольного комітету України.
- (17) Відділення направило ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» вимогу про надання інформації від 08.07.2024 № 60-02/3733е.
- (18) Листом від 06.08.2024 № 113 (вх. Відділення від 08.08.2024 № 60-01/3120) ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» надало запитувану інформацію та копії документів.
- (19) Відділення направило ТОВ «УАФ ТІКЕТ» вимогу про надання інформації від 08.07.2024 № 60-02/3734е.
- (20) Листом від 07.08.2024 № 05 (вх. Відділення від 09.08.2024 № 60-01/3141) ТОВ «УАФ ТІКЕТ» надало запитувану інформацію та копії документів.
- (21) Відділення направило товариству з обмеженою відповідальністю «ЕСПОРТ ГРУП» (далі – ТОВ «ЕСПОРТ ГРУП») вимогу про надання інформації від 09.07.2024 № 60-02/3748е. Вказана вимога була повернута до Відділення із позначкою «за закінченням встановленого терміну зберігання».
- (22) Відділення направило ТОВ «ЕСПОРТ ГРУП» вимогу про надання інформації від 06.08.2024 № 60-02/4392е.
- (23) Листом від 28.08.2024 № 28-08-24 (вх. Відділення від 29.08.2024 № 60-01/3334) ТОВ «ЕСПОРТ ГРУП» надало до Відділення запитувану інформацію та копії документів.
- (24) Відділення направило ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» вимогу про надання інформації від 20.08.2024 № 60-02/4699е.
- (25) Листом від 18.09.2024 № 129 (вх. Відділення від 25.09.2024 № 60-01/3765) ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» надало запитувану інформацію та копії документів.
- (26) Відділення направило ТОВ «УАФ ТІКЕТ» вимогу про надання інформації від 20.08.2024 № 60-02/4700е.

- (27) Листом від 18.09.2024 № 06 (вх. Відділення від 23.09.2024 № 60-01/3738) ТОВ «УАФ ТІКЕТ» надало запитувану інформацію та копії документів.
- (28) Відділення направило ТОВ «УАФ ТІКЕТ» лист про надання пояснень від 25.09.2024 № 60-02/5548е.
- (29) Листом від 10.10.2024 № 11 (вх. Відділення від 14.10.2024 № 60-01/4030) ТОВ «УАФ ТІКЕТ» надало пояснення та копії документів.
- (30) Відділення направило ТОВ «ЕСПОРТ ГРУП» вимогу про надання інформації від 11.12.2024 № 60-02/7495е.
- (31) Відділення направило ТОВ «Еспорт Груп» лист про надання пояснень від 08.01.2025 № 60-02/177е.
- (32) Листом від 25.12.2024 № 25-12-24 (вх. Відділення від 13.01.2025 № 60-01/92) ТОВ «Еспорт Груп» надало запитувану інформацію та копії документів.
- (33) Листом від 13.01.2025 № 13-01-25/1 (вх. Відділення від 13.01.2025 № 60-01/18) ТОВ «Еспорт Груп» надало пояснення та копії документів.
- (34) Відділення направило ТОВ «Еспорт Груп» вимогу про надання інформації від 08.01.2025 № 60-02/414е.
- (35) Листом від 29.01.2025 № 29-01-25 (вх. Відділення від 29.01.2025 № 60-01/423) ТОВ «Еспорт Груп» надало запитувану інформацію та копії документів.
- (36) Розпорядженням адміністративної колегії Відділення від 15.05.2025 № 60/109-рп/к ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ» залучено до участі у Справі як відповідачів у складі групи юридичних осіб, пов'язаних між собою (дії ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ», які полягали у нав'язуванні споживачам для можливості придбання квитків на Матч «Україна – Португалія» додаткових умов, зокрема придбання квитків на матч між Національними збірними командами з футболу України та Литви, містять ознаки порушення, передбаченого частиною першою статті 13 та пунктом 2 статті 50 Закону України «Про захист економічної конкуренції», у вигляді зловживання монополієм (домінуючим) становищем на ринку послуг з реалізації квитків на домашні кваліфікаційні матчі Турніру Чемпіонату Європи - 2020, що призвело або могло призвести до ущемлення інтересів споживачів, яке було б неможливим за умов існування значної конкуренції на цьому ринку).
- (37) Копію розпорядження про залучення до участі у Справі було направлено ТОВ «УАФ ТІКЕТ» із супровідним листом від 15.05.2025 № 60-02/4055е. Відповідно до рекомендованого повідомлення про вручення поштового відправлення (*інформація доступ до якої обмежено*) лист від 15.05.2025 № 60-02/4055е (*інформація доступ до якої обмежено*) було вручено за довіреністю 22.05.2025.
- (38) Копію розпорядження про залучення до участі у Справі було направлено ТОВ «ТІКЕТСРМ» із супровідним листом від 15.05.2025 № 60-02/4056е. Відповідно до рекомендованого повідомлення про вручення поштового відправлення (*інформація доступ до якої обмежено*) лист від 15.05.2025 № 60-02/4065е (*інформація доступ до якої обмежено*) було вручено за довіреністю 28.05.2025.

(39) За результатами збору та аналізу доказів у Справі складено подання від 16.05.2025 № 60-03/321-П з попередніми висновками (далі – Подання).

(40) Листом від 16.05.2025 № 60-02/4105є ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» направлено копію Подання. Відповідно до рекомендованого повідомлення про вручення поштового відправлення (*інформація доступ до якої обмежено*) лист від 16.05.2025 № 60-02/4105є (*інформація доступ до якої обмежено*) було вручено за довіреністю 22.05.2025.

(41) Листом від 16.05.2025 № 60-02/4106є ТОВ «TIKETCPM» направлено копію Подання. Відповідно до рекомендованого повідомлення про вручення поштового відправлення (*інформація доступ до якої обмежено*) лист від 16.05.2025 № 60-02/4106є (*інформація доступ до якої обмежено*) було вручено за довіреністю 28.05.2025.

(42) Листом від 16.05.2025 № 60-02/4107є ТОВ «УАФ ТІКЕТ» направлено копію Подання. Відповідно до рекомендованого повідомлення про вручення поштового відправлення (*інформація доступ до якої обмежено*) лист від 16.05.2025 № 60-02/4107є (*інформація доступ до якої обмежено*) було вручено за довіреністю 22.05.2025.

(43) Відділення направило Головному управлінню ДПС у м. Києві із використанням системи електронної взаємодії органів виконавчої влади (СЕВ ОВВ) лист про надання інформації від 15.05.2025 № 60-02/4070є.

(44) Листом від 25.05.2025 № 15115/5/26-15-12-07-01 (вх. Відділення від 27.05.2025 № 60-01/1371кі) Головне управління ДПС у м. Києві надало запитувану інформацію.

(45) Листом від 06.06.2025 № 06062025/1 (вх. Відділення від 09.06.2025 № 60-01/3316) ТОВ «TIKETCPM» надало зауваження до Подання.

(46) Станом на дату прийняття рішення будь-яких зауважень чи заперечень щодо змісту Подання від ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» та ТОВ «УАФ ТІКЕТ» до Відділення не надходило.

2. Відповідачі

(47) Відповідачами у Справі є:

- ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» (*інформація доступ до якої обмежено; інформація доступ до якої обмежено*);
 - ТОВ «УАФ ТІКЕТ» (*інформація доступ до якої обмежено; інформація доступ до якої обмежено*);
 - ТОВ «TIKETCPM» (*інформація доступ до якої обмежено; інформація доступ до якої обмежено*)
- (далі разом – Товариства).

(48) Як вбачається з відомостей, які містяться в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, одними з видів діяльності:

- ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» є (*інформація доступ до якої обмежено*) (*інформація доступ до якої обмежено*) та (*інформація доступ до якої обмежено*) (*інформація доступ до якої обмежено*);
- ТОВ «УАФ Тікет» є (*інформація доступ до якої обмежено*) (*інформація доступ до якої обмежено*), (*інформація доступ до якої обмежено*) (*інформація доступ до якої обмежено*) та (*інформація доступ до якої обмежено*) (*інформація доступ до якої обмежено*);
- ТОВ «TIKETCPM» є (*інформація доступ до якої обмежено*) (*інформація доступ до*

якої обмежено) та (інформація доступ до якої обмежено) (інформація доступ до якої обмежено).

(49) Тобто, Товариства є суб'єктами господарювання у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції».

3. Визначення монопольного (домінуючого) становища

(50) Визначення становища суб'єкта господарювання в особі ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ», ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ» на ринку послуг з продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія» в межах (інформація доступ до якої обмежено) здійснено відповідно до Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку, затвердженої розпорядженням Антимонопольного комітету України від 5 березня 2002 року № 49-р, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 1 квітня 2002 року за № 317/6605 (із змінами) (далі – Методика), з урахуванням пункту 2.2 Методики та відповідно до статті 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції».

(51) Як передбачено пунктом 2.2 Методики, етапи визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання, їх кількість та послідовність проведення, передбачені пунктом 2.1 Методики, було обрано та застосовано виходячи з фактичних обставин справи, зокрема: особливостей товару, структури ринку, обсягів наявної інформації щодо ринку тощо.

3.1. Встановлення об'єктів аналізу щодо визначення монопольного (домінуючого) становища

(52) Відповідно до пункту 3.1 Методики об'єктами аналізу щодо визначення монопольного (домінуючого) становища є: суб'єкт господарювання, група суб'єктів господарювання, конкретний товар (продукція, роботи, послуги), який випускається, постачається, продається, придбавається (використовується, споживається) цим суб'єктом господарювання.

3.1.1. Суб'єкт господарювання

(53) Відповідно до статті 1 Закону України «Про фізичну культуру і спорт» (у редакції, яка була чинна протягом досліджуваного періоду з 16.09.2019 по 14.10.2019 року) (далі – Закон) *організатор фізкультурно-оздоровчих або спортивних заходів* - юридична (юридичні) або фізична (фізичні) особа (особи), яка (які) ініціювала (ініціювали) та проводить (проводять) фізкультурно-оздоровчі або спортивні заходи та здійснює (здійснюють) організаційне, фінансове та інше забезпечення підготовки і проведення цих заходів.

(54) Статтею 5 Закону визначено, що державне управління фізичною культурою і спортом здійснюється центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері фізичної культури та спорту, центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері фізичної культури та спорту, за сприяння відповідно інших органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

(55) Згідно зі статтею 6 Закону центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері фізичної культури та спорту:

- організовує та проводить чемпіонати України з видів спорту, визнаних в Україні, інші всеукраїнські та міжнародні спортивні заходи, забезпечує участь національних збірних команд у міжнародних змаганнях, розробляє та подає на затвердження центральному органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері фізичної культури та спорту, Єдиний календарний план фізкультурно-оздоровчих та спортивних заходів України;
- надає в установленому порядку державну підтримку громадським організаціям фізкультурно-спортивної спрямованості, залучає їх до виконання державних програм і заходів з питань фізичної культури та спорту;
- приймає рішення про надання громадській організації фізкультурно-спортивної спрямованості статусу національної або відмову в його наданні.

(56) Статтею 20 Закону визначено, що *спортивні федерації (асоціації, спілки, об'єднання тощо)* – це громадські організації фізкультурно-спортивної спрямованості, основними завданнями яких є сприяння підготовці спортсменів національних збірних команд та забезпечення їх участі в офіційних міжнародних спортивних змаганнях, а також організація та проведення фізкультурно-оздоровчих та спортивних заходів.

(57) УАФ є спортивною національною футбольною асоціацією, яка є членом міжнародних спортивних федерацій ФІФА (Міжнародна федерація футбольних асоціацій) та УЄФА (Союз Європейських футбольних асоціацій). Статус національної асоціації (федерації) надано УАФ наказом (*інформація доступ до якої обмежено*).

(58) Відповідно до пункту 1.2 договору про (*інформація доступ до якої обмежено*), укладеного між Державною службою молоді та спорту України та УАФ, Державна служба молоді та спорту України делегувала УАФ виключне право представляти футбол, як вид спорту в міжнародних спортивних федераціях ФІФА та УЄФА, на міжнародних спортивних змаганнях, а також виключне право на організацію та проведення офіційних міжнародних та національних змагань на (*інформація доступ до якої обмежено*).

(59) Тобто, з огляду на делеговані повноваження щодо розвитку футболу в Україні, УАФ є єдиною організацією, яка наділена виключним правом представляти футбол України в міжнародних організаціях УЄФА, ФІФА та інших організаціях, а також виключним правом на організацію та проведення офіційних міжнародних і національних змагань з футболу на (*інформація доступ до якої обмежено*).

(60) Водночас, за інформацією УАФ, наданою листом від 28.10.2019 № 2289 (вх. Відділення від 30.10.2019 № 60-01/3855), оскільки основна мета і діяльність УАФ не пов'язана з одержанням прибутку, УАФ виступило учасником ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ», до статутного капіталу якого відповідно до рішення виконавчого комітету УАФ передано усі комерційні права УАФ, що підтверджується витягом із протоколу засідання виконавчого комітету УАФ (*інформація доступ до якої обмежено*).

(61) Отже, володільцем комерційних прав, у тому числі прав на продаж (реалізацію) квитків на усі заходи організатором яких виступає УАФ, стало ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ», що підтверджується (*інформація доступ до якої обмежено*).

(62) При цьому, згідно (*інформація доступ до якої обмежено*), затвердженого протоколом загальних зборів учасників (*інформація доступ до якої обмежено*), ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» здійснює (*інформація доступ до якої обмежено*) з метою (*інформація доступ до якої обмежено*).

(63) Листом від 28.10.2019 № 2289 (вх. Відділення від 30.10.2019 № 60-01/3855) УАФ повідомила, що вона не приймала участі у реалізації квитків на Матч «Україна – Португалія». Водночас, ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ», як володілець усіх комерційних прав відповідно до наданих УАФ повноважень та організатор кваліфікаційних матчів Турніру Чемпіонату Європи - 2020 (UEFA Euro 2020), самостійно приймало рішення про порядок продажу квитків та абонементів на домашні кваліфікаційні матчі Турніру Чемпіонату Європи - 2020, встановлення цін на квитки та системи знижок.

(64) Листом від 29.11.2019 № 198 (вх. Відділення від 05.12.2019 № 60-01/4332) ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» повідомило, що воно забезпечувало організацію та проведення Матчу «Україна – Португалія», у відповідності до Регламенту Європейського чемпіонату з футболу УЄФА 2018 - 2020; Комерційного регламенту Європейських відбіркових матчів, матчів Ліги Націй УЄФА і Товариських матчів; регламенту УЄФА з безпеки і правопорядку, що включало в себе, але не виключно: 2 (два) відкритих для преси передматчевих тренування національних збірних команд з футболу України та Португалії згідно Регламенту; 2 (дві) передматчевих прес-конференції національних збірних команд з футболу України та Португалії; проведення самого матчу; 2 (дві) післяматчевих прес-конференції національних збірних команд з футболу України та Португалії; організацію послуг з охорони матчу; встановлення цін та механізм реалізації квитків; здійснення анонсуючих заходів; організацію ТВ трансляції матчу та інші супутні функції.

(65) При цьому, за інформацією ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ», вартість та процедура реалізації квитків на Матч «Україна – Португалія» встановлювались наказами ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ», в яких передбачались всі умови реалізації квитків.

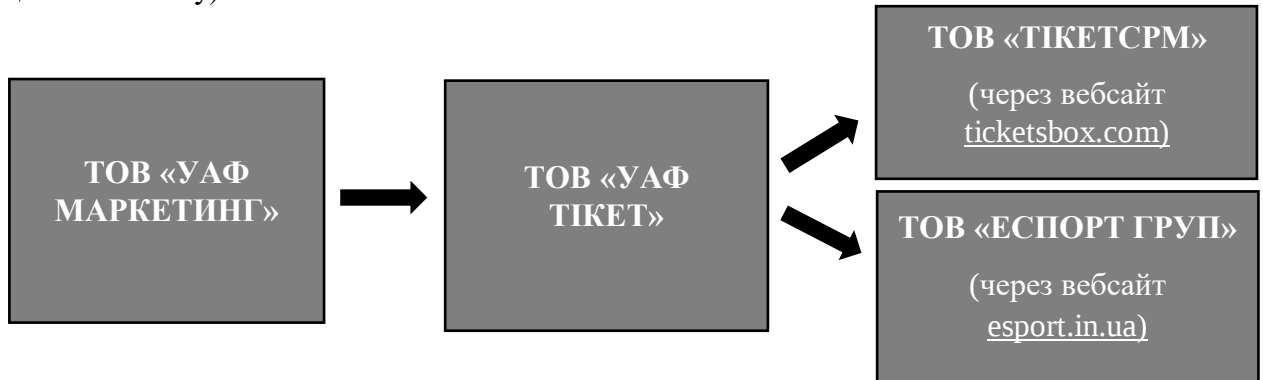
(66) Листом від 06.08.2024 № 113 (вх. Відділення від 08.08.2024 № 60-01/3120) ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» надало до Відділення копію свого наказу (інформація доступ до якої обмежено), пунктом 3 якого було передбачено надати першочергове право придбати квитки на Матч «Україна – Португалія» особам, які придбали квитки на домашній кваліфікаційний матч Турніру Чемпіонату Європи - 2020 (UEFA Euro 2020) між Національними збірними командами з футболу України та Литви, який відбувся 11.10.2019 на стадіоні «Металіст» у Харкові (далі – Матч «Україна – Литва»).

(67) Крім того, ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» зазначило, що воно безпосередньо (самостійно без залучення інших суб'єктів господарювання) не здійснювало продаж (реалізацію) квитків на Матч «Україна – Португалія», а лише забезпечувало організацію та проведення цього матчу.

(68) Водночас, за результатами аналізу інформації, наданої ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» листом від 29.11.2019 № 198 (вх. Відділення від 05.12.2019 № 60-01/4332), ТОВ «УАФ ТІКЕТ» листами від 12.11.2020 № 08 (вх. Відділення від 16.11.2020 № 60-01/4345) та від 14.01.2021 № 01 (вх. Відділення від 26.01.2021 № 60-01/382), ТОВ «ТІКЕТСРМ» листом від 20.12.2019 № 201219/01 (вх. Відділення від 21.12.2019 № 60-01/4548) та ТОВ «ЕСПОРТ ГРУП» листом від 28.08.2024 № 28-08-24 (вх. Відділення від 29.08.2024 № 60-01/3334, Відділенням встановлено, що фактичний продаж (реалізацію) квитків на Матч «Україна – Португалія» здійснювали:

- ТОВ «УАФ ТІКЕТ», на підставі укладеного з ТОВ «УАФ Маркетинг» договору про надання послуг (інформація доступ до якої обмежено), через вебсайти ticketsbox.com та esport.in.ua або за попередніми колективними заявками (спортивні федерації тощо);

- **ТОВ «ТІКЕТСРМ»**, на підставі укладеного з ТОВ «УАФ ТІКЕТ» договору про надання послуг (*інформація доступ до якої обмежено*), виключно через вебсайт ticketsbox.com (як власник цього вебсайту);
- **ТОВ «ЕСПОРТ ГРУП»**, на підставі укладеного з ТОВ «УАФ ТІКЕТ» договору (*інформація доступ до якої обмежено*), виключно через вебсайт esport.in.ua (як власник цього вебсайту).



(69) При цьому, ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ» самостійно не визначали умови продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія», такі **умови визначалися ТОВ «УАФ Маркетинг»** на підставі зазначених договорів.

(70) Так, відповідно до (*інформація доступ до якої обмежено*), укладеного між ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» та ТОВ «УАФ ТІКЕТ», Виконавець [ТОВ «УАФ ТІКЕТ»] за завданням Замовника [ТОВ «УАФ Маркетинг»] зобов'язується надавати першочергове право придбати квитки на Матч «Україна – Португалія» особам, які придбали квитки Матч «Україна – Литва».

(71) У свою чергу, згідно з (*інформація доступ до якої обмежено*), укладеного між ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ», Виконавець [ТОВ «ТІКЕТСРМ»] за завданням Замовника [ТОВ «УАФ ТІКЕТ»] зобов'язується надавати першочергове право придбати квитки на Матч «Україна – Португалія» особам, які придбали квитки Матч «Україна – Литва».

(72) Разом з тим, (*інформація доступ до якої обмежено*), укладеного між ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ЕСПОРТ ГРУП», **не передбачали аналогічних зобов'язань** щодо надання першочергового права придбати квитки на Матч «Україна – Португалія» особам, які придбали квитки Матч «Україна – Литва».

(73) Крім того, на відміну від вебсайту ticketsbox.com, Відділенням не були виявлені факти нав'язування споживачам (вболівальникам) для можливості придбання квитків на Матч «Україна – Португалія» через вебсайт esport.in.ua додаткових умов щодо придбання квитків на Матч «Україна – Литва».

(74) Отже, на противагу ТОВ «УАФ Тікет» та ТОВ «ТІКЕТСРМ», ТОВ «ЕСПОРТ ГРУП» **самостійно визначало окремі умови (особливості)** продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія» саме через вебсайт esport.in.ua.

(75) Додатково необхідно зазначити, що єдиним учасником (засновником) ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» та ТОВ «УАФ ТІКЕТ» є УАФ.

(76) Відповідно до статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» [в редакції закону, чинній до 01.01.2024] контроль – вирішальний вплив однієї чи декількох пов'язаних юридичних та/або фізичних осіб на господарську діяльність суб'єкта господарювання чи його частини, який здійснюється безпосередньо або через інших осіб, зокрема завдяки: праву володіння чи користування всіма активами чи їх значною частиною; праву, яке забезпечує вирішальний вплив на формування складу, результати голосування та рішення органів управління суб'єкта господарювання; укладенню договорів і контрактів, які дають можливість визначати умови господарської діяльності, давати обов'язкові до виконання вказівки або виконувати функції органу управління суб'єкта господарювання; заміщенню посади керівника, заступника керівника спостережної ради, правління, іншого наглядового чи виконавчого органу суб'єкта господарювання особою, яка вже обіймає одну чи кілька із зазначених посад в інших суб'єктах господарювання; обійманню більше половини посад членів спостережної ради, правління, інших наглядових чи виконавчих органів суб'єкта господарювання особами, які вже обіймають одну чи кілька із зазначених посад в іншому суб'єкті господарювання. Пов'язаними особами є юридичні та/або фізичні особи, які спільно або узгоджено здійснюють господарську діяльність, у тому числі спільно або узгоджено чинять вплив на господарську діяльність суб'єкта господарювання. Зокрема, пов'язаними фізичними особами вважаються такі, які є подружжям, батьками та дітьми, братами та (або) сестрами.

(77) За таких обставин, зважаючи на положення вищевказаних договорів щодо продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія», які надали ТОВ «УАФ Маркетинг» можливість визначати умови продажу (реалізації) ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ» таких квитків, ТОВ «УАФ Маркетинг», ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ» пов'язані між собою відносинами контролю у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» [в редакції закону, чинній до 01.01.2024].

(78) Таким чином, на ринку послуг з продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія» у період з 16.09.2019 по 14.10.2019 (період продажу квитків на вказаний матч) діяв суб'єкт господарювання в особі ТОВ «УАФ Маркетинг», ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ» (далі разом – Суб'єкт господарювання).

3.1.2. Конкретний товар (продукція, роботи, послуги), який випускається, постачається, продається, придбавається (використовується, споживається) цим суб'єктом господарювання

(79) Товаром, продаж (реалізацію) якого здійснював Суб'єкт господарювання у період з 16.09.2019 по 14.10.2019, зокрема, були квитки на Матч «Україна – Португалія».

3.2. Визначення переліку товарів та основних продавців, покупців цих товарів, щодо яких має визначатись монопольне (домінуюче) становище

3.2.1. Складання переліку товарів, щодо яких має визначатись монопольне (домінуюче) становище суб'єкта господарювання і які мають ознаки одного товару, товарної групи

(80) Згідно з пунктом 4.1 Методики перелік товарів, щодо яких має визначатись монопольне (домінуюче) становище суб'єкта господарювання, складається з товарів (товарних груп), які обертаються в Україні чи на відповідній частині її території і які мають для продавців (постачальників, виробників), покупців (споживачів, користувачів) ознаки одного (подібного, аналогічного) товару (товарної групи).

(81) Визначення ознак одного (подібного, аналогічного) товару (товарної групи) здійснюється, виходячи з подібності, зокрема: споживчих характеристик, умов споживання, умов реалізації та цін.

(82) Листом від 29.11.2019 № 198 (вх. Відділення від 05.12.2019 № 60-01/4332) ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» повідомило, що між ним та ТОВ «УАФ ТІКЕТ» укладено **(інформація доступ до якої обмежено)**, відповідно до пунктів 2.1 та 2.2 розділу 2 якого ТОВ «УАФ ТІКЕТ» зобов'язується надавати **послуги з продажу квитків** ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» на всі футбольні матчі, які влаштовані ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» у період дії договору, а ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» зобов'язується оплатити дані послуги.

(83) При цьому, **(інформація доступ до якої обмежено)** передбачено, що у разі реалізації квитків на футбольні матчі, які влаштовані Замовником [ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ»] через будь-яку електронну систему продажу квитків Виконавець [ТОВ «УАФ ТІКЕТ»] зобов'язується забезпечити Замовника безперервним доступом до такої системи та можливістю отримання онлайн інформації починаючи з моменту початку продажу квитків на футбольний матч та повного затвердження звіту про реалізацію квитків, у тому числі **квитків реалізованих Виконавцем та третіми особами, які залучені до реалізації квитків.**

(84) У свою чергу, листом від 14.01.2021 № 01 (вх. Відділення від 26.01.2021 № 60-01/382) ТОВ «УАФ ТІКЕТ» повідомило, що фактичний продаж (реалізацію) квитків на Матч «Україна – Португалія» здійснювали:

- ТОВ «УАФ ТІКЕТ»;
- ТОВ «ТІКЕТСРМ»;
- ТОВ «ЕСПОРТ ГРУП».

(85) Так, між ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ» укладено **(інформація доступ до якої обмежено)**, предметом якого (розділ 2 цього договору) є надання ТОВ «ТІКЕТСРМ» **послуг з продажу (реалізації) квитків на Заходи** [футбольні матчі] ТОВ «УАФ ТІКЕТ», з використанням власної квиткової системи – автоматизованої інформаційної системи (програмного комплексу) ТОВ «ТІКЕТСРМ», яка складається з сайту www.ticketsbox.com та інших програмно-технічних продуктів і призначена для бронювання та купівлі-продажу квитків на Заходи. Заходи, послуги з продажу (реалізації) квитків на Заходи, які є предметом даного договору, узгоджуються сторонами у відповідних додаткових угодах, які є його невід'ємними частинами.

(86) Згідно з **(інформація доступ до якої обмежено)** для управління квитковою масою, процесами продажу (реалізації) квитків, звітністю та організації контролю входу на Заходи, ТОВ «ТІКЕТСРМ» зобов'язано підключити ТОВ «УАФ ТІКЕТ» до власної CRM-системи (прикладне програмне забезпечення, що складається з сайту www.ticketsbox.com та інших програмно-технічних продуктів ТОВ «ТІКЕТСРМ» і призначене для автоматизації бізнес-процесів, пов'язаних з управлінням квитковою масою, **продажем (реалізацією) квитків**, організацією контролю входу на Захід), а також надає Замовнику скрипт віджета цієї CRM-системи для його розміщення на сайті ТОВ «УАФ ТІКЕТ».

(87) При цьому, **(інформація доступ до якої обмежено)** визначено, що виступаючи від свого імені, ТОВ «ТІКЕТСРМ» самостійно здійснює комерційно-маркетингову роботу, просуває продажі, знаходить покупців та самостійно укладає **договори купівлі-продажу з третіми особами (покупцями, глядачами), використовуючи виключно матеріали ТОВ «УАФ ТІКЕТ» або власні матеріали, але за попереднім погодженням із ТОВ «УАФ ТІКЕТ».**

(88) Пунктом *(інформація доступ до якої обмежено)* визначено обов'язок ТОВ «ТІКЕТСРМ» забезпечити можливість самостійного розподілу ТОВ «УАФ ТІКЕТ» квиткової маси (квиткових квот) між квитковими касами Замовника через особистий кабінет ТОВ «УАФ ТІКЕТ» в CRM-системі.

(89) Крім того, між ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ЕСПОРТ ГРУП» укладено *(інформація доступ до якої обмежено)*, предметом якого (розділ 2 цього договору) є надання ТОВ «ЕСПОРТ ГРУП» **послуг з продажу квитків на Матч «Україна – Португалія»** ТОВ «УАФ ТІКЕТ», з використанням Автоматизованої системи ТОВ «ЕСПОРТ ГРУП» для продажу квитків.

(90) Отже, товаром, щодо якого визначається монопольне домінуюче становище Суб'єкта господарювання, є квитки на Матч «Україна – Португалія».

3.2.2. *Складання переліку основних продавців (постачальників, виробників), покупців (споживачів) товару та визначення умов реалізації товару*

(91) Як вже було зазначено у пунктах 67 та 68 цього рішення, під час розгляду справи № 18/60/19-рп/к.20 Відділенням було встановлено, що **фактичний продаж (реалізацію) квитків на Матч «Україна – Португалія» здійснювали:**

- **ТОВ «УАФ ТІКЕТ»**, на підставі укладеного з ТОВ «УАФ Маркетинг» *(інформація доступ до якої обмежено)*, через вебсайти ticketsbox.com та esport.in.ua або за попередніми колективними заявками (спортивні федерації тощо);
- **ТОВ «ТІКЕТСРМ»**, на підставі укладеного з ТОВ «УАФ ТІКЕТ» *(інформація доступ до якої обмежено)*, виключно через вебсайт ticketsbox.com (як власник цього вебсайту);
- **ТОВ «ЕСПОРТ ГРУП»**, на підставі укладеного з ТОВ «УАФ ТІКЕТ» *(інформація доступ до якої обмежено)*, виключно через вебсайт esport.in.ua (як власник цього вебсайту).

(92) При цьому, ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ» самостійно не визначали умови продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія», такі **умови визначалися ТОВ «УАФ Маркетинг» на підставі зазначених договорів.**

(93) Водночас, за інформацією ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ», наданою листом від 29.11.2019 № 198 (вх. Відділення від 05.12.2019 № 60-01/4332), та ТОВ «УАФ ТІКЕТ», наданою листом від 14.01.2021 № 01 (вх. Відділення від 26.01.2021 № 60-01/382), продаж (реалізація) квитків на Матч «Україна – Португалія» через квиткові каси не здійснювалась, з метою захисту прав та інтересів споживачів (вболівальників). Передумовою такого рішення були виявлені факти масового викупу невстановленими особами квитків на футбольні матчі для їх подальшого перепродажу по завищеним цінам. Така ситуація спричиняла вболівальникам великий збиток та негативно впливала на діяльність ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ». З цього приводу ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» звернулось до органів Національної поліції, з метою припинення **протиправних дій**. У зв'язку з чим, було відкрито відповідне кримінальне провадження. Наведена інформація підтверджується листом ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» до ТОВ «УАФ ТІКЕТ» від 16.09.2019 б/н із проханням не здійснювати продаж (реалізацію) квитків на Матч «Україна – Португалія» через квиткові каси.

(94) Отже, враховуючи **незаконний характер** фактів масового викупу невстановленими особами квитків на футбольні матчі для їх подальшого перепродажу по завищеним цінам, діяльність таких осіб не може бути врахована під час аналізу досліджуваного ринку.

(95) Таким чином, єдиними учасниками на ринку послуг з продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія» були:

- продавці – Суб'єкт господарювання та ТОВ «ЕСПОРТ ГРУП», які здійснювали продаж (реалізацію) квитків на Матч «Україна – Португалія»;
- покупці – фізичні (глядачі, вболівальники) та юридичні особи (спортивні федерації тощо), які придбали або мали намір придбати квитки на Матч «Україна – Португалія».

3.3. Товарні межі ринку

(96) У пункті 1.3 Методики визначено, що:

- *ринку товару (товарний ринок)* – сфера обороту товару (взаємозамінних товарів), на який протягом певного часу і в межах певної території є попит і пропозиція;
- *товарні межі ринку* – товар (товарна група), сукупність схожих, однорідних предметів господарського обороту, в межах якої споживач за звичайних умов може перейти від споживання певного виду предметів господарського обороту до споживання іншого.

(97) Пунктами 5.1 та 5.2 Методики визначено, що товарні межі ринку визначаються шляхом формування групи взаємозамінних товарів (товарних груп), у межах якої споживач за звичайних умов може легко перейти від споживання одного товару до споживання іншого.

(98) Формування групи взаємозамінних товарів (товарних груп) здійснюється із переліку товарів, які мають для продавців (постачальників, виробників), покупців (споживачів, користувачів) ознаки одного (подібного, аналогічного) товару (товарної групи), за показниками взаємозамінності, якими зокрема є:

- подібність призначення, споживчих властивостей, умов використання тощо;
- подібність фізичних, технічних, експлуатаційних властивостей і характеристик, якісних показників тощо;
- наявність спільної групи споживачів товару (товарної групи);
- відсутність суттєвої різниці в цінах;
- взаємозамінність товарів (товарної групи) з точки зору їх виробництва, тобто здатності виробників запропонувати нові товари на заміну існуючих.

(99) Стандартизованими товарами (товарними групами) можуть розглядатися товари, які мають єдину систему показників, параметрів, що характеризують товар, і у виробництві яких використовуються єдині чи однакові технічні стандарти, технічні умови, стандарти застосування тощо.

(100) У статті 1 Закону наведено наступні визначення термінів:

- *спорт* - діяльність суб'єктів сфери фізичної культури і спорту, спрямована на виявлення та уніфіковане порівняння досягнень людей у фізичній, інтелектуальній та інших підготовленостях шляхом проведення спортивних змагань та відповідної підготовки до них. Спорт має такі напрями: дитячий спорт, дитячо-юнацький спорт, резервний спорт, спорт вищих досягнень, професійний спорт, спорт ветеранів фізичної культури і спорту, спорт ветеранів війни, олімпійський спорт, неолімпійський спорт, службово-прикладний та військово-прикладний спорт, спорт осіб з інвалідністю тощо;
- *вид спорту* - різновид змагальної діяльності у спорті, що здійснюється з дотриманням визначених правил. Види спорту поділяються на групи: олімпійські види спорту - види спорту, включені до програми Олімпійських ігор; неолімпійські види спорту - види спорту, не включені до програми Олімпійських ігор; види спорту осіб з інвалідністю - види спорту, включені до програм Паралімпійських і Дефлімпійських ігор, та види спорту,

не включені до програм Паралімпійських і Дефлімпійських ігор, у яких беруть участь особи з інвалідністю;

- *спортивні заходи* - навчально-тренувальні збори, а також захід (заходи), що проводяться організатором (організаторами) спортивних заходів у межах спортивних змагань або як самостійний захід;
- *спортивне змагання* - спортивний захід або комплекс спортивних заходів, що проводиться організатором спортивних змагань з метою порівняння досягнень спортсменів та визначення переможців відповідно до правил спортивних змагань з видів спорту та затвердженого організатором спортивних змагань положення (регламенту) про ці змагання, що відповідає визначенням центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері фізичної культури та спорту, вимогам та цьому закону.

(101) Рішенням виконавчого комітету УЄФА (*інформація доступ до якої обмежено*) затверджено Регламент Європейського чемпіонату з футболу УЄФА 2018 - 2020 (далі – Регламент), який (*інформація доступ до якої обмежено*).

(102) Статтею 4 Регламенту передбачено дотримання низки умов для участі у змаганні, таких як наявність письмового підтвердження, зобов'язання діяти у відповідності до Правил гри та Регламенту, визнання юрисдикції Спортивного арбітражного суду м. Лозанни (Швейцарія) та інших правил, встановлених УЄФА. Рішенням Генерального секретаря УЄФА асоціація, що бажає брати участь у змаганні та відповідає наведеним вимогам, зараховується до учасників цього змагання.

(103) За рішенням УЄФА до учасників Європейського чемпіонату з футболу УЄФА 2018 - 2020 було включено Національну збірну команду України з футболу.

(104) Статтями 5 та 6 Регламенту передбачені наступні обов'язки асоціацій, що стосуються проведення матчів вдома, зокрема:

- проводити та грати всі матчі у змаганні відповідно до цього Регламенту;
- матчі повинні проводитись на стадіонах на території приймаючої асоціації.

(105) Згідно з підпунктом f пункту 2.01 статті 2 та пункту 12.02 статті 12 Регламенту УАФ була «приймаючою асоціацією» Матчу Україна - Португалія, як матчу восьмого ігрового дня групового етапу відбіркового змагання «Європейська кваліфікація», тобто асоціацією, яка організовує зазначений відбірковий матч.

(106) Разом з тим, враховуючи надані УАФ повноваження, володільцем комерційних прав, у тому числі прав на **продаж (реалізацію) квитків** на усі заходи організатором яких виступає УАФ, стало ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ», яке забезпечувало організацію та проведення Матчу Україна - Португалія, встановлювало своїми наказами вартість та процедуру реалізації на цей футбольний матч.

(107) При цьому, фактичний продаж (реалізацію) квитків на Матч «Україна – Португалія» здійснювали ТОВ «УАФ ТІКЕТ», ТОВ «ТІКЕТСРМ» та ТОВ «ЕСПОРТ ГРУП» на підставі договорів, предметом яких було **надання послуг з продажу (реалізації) квитків**.

(108) З огляду на зазначене, а також враховуючи значимість Турніру Чемпіонату Європи - 2020 (UEFA Euro 2020), який передбачав велику зацікавленість відвідувачів Матчем «Україна – Португалія», що підтверджується великою кількістю проданих квитків саме на цей матч, послуги з продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія»

за показниками взаємозамінності, подібності призначення, споживчих властивостей та умов використання товару не мають еквівалентних товарів-замінників.

(109) У зв'язку з чим, товарними межами ринку, який досліджується, є надання послуг з продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія».

3.5. Визначення територіальних (географічних) меж ринку

(110) У пункті 1.3 Методики визначено, що *територіальні (географічні) межі ринку* – територія зі сферою взаємовідносин купівлі-продажу товару (групи товарів), в межах якої за звичайних умов споживач може легко задовольнити свій попит на певний товар і яка може бути, як правило, територією держави, області, району, міста тощо або їхніми частинами.

(111) Відповідно до пункту 6.1 Методики територіальні (географічні) межі ринку певного товару (товарної групи) визначаються шляхом установаження мінімальної території, за межами якої з точки зору споживача придбання товарів (товарної групи), що належить до групи взаємозамінних товарів (товарної групи), є неможливим або недоцільним. При цьому, зокрема, можуть враховуватися:

- фізичні і технічні характеристики товару (товарної групи);
- технологічні зв'язки між виробниками і споживачами;
- можливості щодо технічного, гарантійного, абонентського обслуговування;
- співвідношення цін, зокрема рівень співвідношення цін на певні товари (товарні групи) в межах цього ринку, прийнятний для виробників чи споживачів;
- можливості щодо переміщення попиту на товар (товарну групу) між територіями, які за припущенням входять до одного географічного ринку, зокрема можливість збереження рівня якості і споживчих властивостей товару (товарної групи) при транспортуванні;
- рівень транспортних витрат, включаючи особливості транспортування товару (товарної групи);
- наявність торгових, складських приміщень, зручностей виконання вантажно-розвантажувальних робіт, можливостей виконання передпродажної підготовки;
- наявність знаків для товарів і послуг;
- наявність на відповідній території та рівень бар'єрів на вивезення чи ввезення товару (товарної групи), а саме: адміністративних бар'єрів; економічних й організаційних обмежень; впливу вертикальної (горизонтальної) інтеграції; бар'єрів, що пов'язані ефектом масштабу виробництва; бар'єрів, що базуються на абсолютній перевазі рівня витрат; бар'єрів, пов'язаних з розмірами капітальних витрат або обсягів інвестицій, що необхідні для вступу на певний товарний ринок; обмежень щодо попиту; екологічних обмежень; бар'єрів, що перешкоджають виходу з ринку, тощо;
- місце розташування специфічних груп споживачів;
- рівень цін на певні товари (товарні групи) на відповідних суміжних територіях, можливість переміщення пропозиції товару (товарної групи) між цими територіями.

(112) При остаточному визначенні територіальних (географічних) меж ринку визначальною є менша здатність до переміщення або попиту, або пропозиції.

(113) Матч «Україна – Португалія» відбувся 14.10.2019 на стадіоні НСК «Олімпійський» у м. Києві.

(114) Оскільки Матч «Україна – Португалія» був міжнародним спортивним заходом, квитки на зазначений захід можливо було придбати як на *(інформація доступ до якої обмежено)*,

так і *(інформація доступ до якої обмежено)*, зокрема через вебсайти ticketsbox.com та esport.in.ua.

(115) Враховуючи неможливість окремого визначення кількості проданих квитків на Матч «Україна – Португалія» *(інформація доступ до якої обмежено)* та *(інформація доступ до якої обмежено)*, доцільно визначити територіальними (географічними) межами ринку *(інформація доступ до якої обмежено)*.

(116) При цьому, за результатами аналізу інформації, отриманої від Суб'єкта господарювання та ТОВ «ЕСПОРТ ГРУП», Відділенням встановлено, що:

- продаж (реалізація) квитків на Матч «Україна – Португалія» здійснювався *(інформація доступ до якої обмежено)*, зокрема через вебсайти ticketsbox.com та esport.in.ua;
- Суб'єкт господарювання здійснював діяльність з продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія» *(інформація доступ до якої обмежено)*, зокрема через вебсайт ticketsbox.com;
- обмеження щодо продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія» *(інформація доступ до якої обмежено)*.

(117) Отже, територіальними (географічними) межами ринку є *(інформація доступ до якої обмежено)*.

3.6. Проміжок часу, стосовно якого має визначатися становище суб'єктів господарювання на ринку – часові межі ринку

(118) У пункті 1.3 Методики визначено, що *часові межі ринку* – час стабільності ринку, тобто період, протягом якого структура ринку, співвідношення попиту та пропозиції на ньому істотно не змінюються.

(119) Згідно із пунктом 7.1 Методики часові межі ринку визначаються як проміжок часу (як правило – рік), протягом якого відповідна сукупність товарно-грошових відносин між продавцями і споживачами утворює ринок товару із сталією структурою.

(120) Пунктом 7.3 Методики передбачено, що проміжок часу менший, ніж один рік, може визнаватися часовими межами ринку, зокрема за умов, що:

- період повного обороту авансованого капіталу у виробництві відповідного товару є значно меншим, ніж один рік;
 - протягом цього часу, у відповідь на значиме підвищення цін на ринку, продавці (постачальники, виробники) мають можливість вжити відповідних заходів і стабілізувати пропозицію, а значна кількість споживачів, що скоротили споживання внаслідок цього підвищення, можуть без значних труднощів відновити обсяги споживання.
- Як значиме використовується підвищення цін, що дорівнює або перевищує 5 відсотків.

(121) Наказом ТОВ «УАФ Маркетинг» *(інформація доступ до якої обмежено)* було встановлено розпочати реалізацію квитків з **16.09.2019**.

(122) Відповідно до *(інформація доступ до якої обмежено)*, укладеного між ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» та ТОВ «УАФ ТІКЕТ», було встановлено почати реалізацію квитків на Матч з **16.09.2019**.

(123) Наказом ТОВ «УАФ ТІКЕТ» *(інформація доступ до якої обмежено)*, було встановлено здійснювати реалізацію квитків з **16.09.2019 по 14.10.2019**.

(124) Згідно з (*інформація доступ до якої обмежено*), укладеного між ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ», початок реалізації квитків на Матч було встановлено з **16.09.2019**.

(125) Таким чином, часовими межами ринку визначено період з 16.09.2019 по 14.10.2019, протягом якого Суб'єкт господарювання здійснював продаж (реалізацію) квитків на Матч «Україна – Португалія».

3.7. Визначення бар'єрів для вступу на ринок

(126) Відповідно до пункту 1.3 Методики *бар'єри вступу на ринок* – обставини, що перешкоджають новим суб'єктам господарювання почати конкурувати на рівних із суб'єктами господарювання, що вже діють на певному товарному ринку.

(127) Згідно з пунктом 9.2 Методики бар'єрами для вступу потенційних конкурентів на відповідний ринок є:

- обмеження за попитом, пов'язані з високою насиченістю ринку товарами (товарними групами) та низькою платоспроможністю покупців;
- адміністративні обмеження;
- економічні та організаційні обмеження;
- екологічні обмеження;
- нерозвиненість ринкової інфраструктури;
- інші обмеження, що спричиняють суттєві витрати, необхідні для вступу на певний ринок товару (товарної групи).

(128) З огляду на делеговані Державною службою молоді та спорту України повноваження щодо розвитку футболу в Україні, УАФ є єдиною організацією, яка наділена виключним правом на організацію та проведення офіційних міжнародних і національних змагань з футболу на (*інформація доступ до якої обмежено*).

(129) Разом з тим, **враховуючи надані УАФ повноваження**, володільцем комерційних прав, у тому числі прав на продаж (реалізацію) квитків на усі заходи організатором яких виступає УАФ, стало ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ», яке забезпечувало організацію та проведення Матчу «Україна – Португалія», встановлювало своїми наказами вартість та процедуру реалізації на цей футбольний матч.

(130) Отже, бар'єрами вступу на досліджуваний ринок є наявність наданих УАФ комерційних прав на продаж (реалізацію) квитків на Матч «Україна – Португалія» або наявність договірних відносин із володільцем таких комерційних прав.

3.8. Визначення загального обсягу ринку та розрахунок частки відповідача на ньому, визначення потенційних конкурентів

(131) Відповідно до пункту 9.1 Методики потенційними конкурентами вважаються такі суб'єкти господарювання:

- які мають матеріально-технічну базу, кадри, технології тощо, але з різних причин не реалізують ці можливості;
- які виготовляють товари (товарні групи), що складають товарні межі ринку, але не реалізують їх на відповідному ринку;
- нові суб'єкти господарювання, які можуть вступити на ринок.

(132) Згідно з пунктом 8.4 Методики, частка суб'єкта господарювання на ринку розраховується за формулою:

$$\text{Частка на ринку суб'єкта господарювання} = \frac{\text{Обсяг товарів, що реалізуються цим суб'єктом господарювання}}{\text{Загальний обсяг реалізації товару на ринку}} \times 100\%$$

(133) Листом від 14.01.2021 № 01 (вх. Відділення від 26.01.2021 № 60-01/382) ТОВ «УАФ ТІКЕТ» повідомило, що фактичний продаж (реалізацію) квитків на Матч «Україна – Португалія» здійснювали:

- ТОВ «УАФ ТІКЕТ»;
- ТОВ «ТІКЕТСРМ»;
- ТОВ «ЕСПОРТ ГРУП».

(134) Також, за інформацією ТОВ «УАФ ТІКЕТ», загальний обсяг реалізованих (проданих) квитків на Матч «Україна – Португалія» у період з 16.09.2019 по 14.10.2019 (період продажу квитків на вказаний матч) у межах (*інформація доступ до якої обмежено*) складає 57 768 шт., а саме:

- ТОВ «УАФ ТІКЕТ» - 16 117 шт. або 27,90 %;
- ТОВ «ТІКЕТСРМ» - 40 458 шт. або 70,04 %;
- ТОВ «ЕСПОРТ ГРУП» - 1 193 шт. або 2,06 %.

(135) При цьому, як вже було зазначено у пункті 76 цього рішення, зважаючи на положення договорів щодо продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія», які надали ТОВ «УАФ Маркетинг» можливість визначати умови продажу (реалізації) ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ» таких квитків, ТОВ «УАФ Маркетинг», ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ» пов'язані між собою відносинами контролю у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» [в редакції закону, чинний до 01.01.2024].

(136) Отже, частка Суб'єкта господарювання (в особі ТОВ «УАФ Маркетинг», ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ») на ринку продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія» у період з 16.09.2019 по 14.10.2019 в межах (*інформація доступ до якої обмежено*) становила 97,94 %.

3.9. Загальні висновки щодо визначення монопольного (домінуючого) становища

(137) Частиною першою статті 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції» передбачено, що суб'єкт господарювання займає монопольне (домінуюче) становище на ринку товару, якщо:

- на цьому ринку у нього немає жодного конкурента;
- не зазнає значної конкуренції внаслідок обмеженості можливостей доступу інших суб'єктів господарювання щодо закупівлі сировини, матеріалів та збуту товарів, наявності бар'єрів для доступу на ринок інших суб'єктів господарювання, наявності пільг чи інших обставин.

(138) Відповідно до частини другої статті 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції» монопольним (домінуючим) вважається становище суб'єкта господарювання, частка якого на ринку товару перевищує 35 відсотків, якщо він не доведе, що зазнає значної конкуренції.

(139) Згідно з частиною третьою статті 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції» також може бути визнане становище суб'єкта господарювання, якщо його частка на ринку товару становить 35 або менше відсотків, але він не зазнає значної конкуренції, зокрема внаслідок порівняно невеликого розміру часток ринку, які належать конкурентам.

(140) Пунктом 10.3 Методики передбачено, що суб'єкт (суб'єкти) господарювання не зазнає(ють) значної конкуренції, якщо завдяки своїй ринковій владі має (мають) здатність не допускати, усувати чи обмежувати конкуренцію, зокрема обмежувати конкурентоспроможність інших суб'єктів господарювання, чи ущемлювати інтереси інших суб'єктів господарювання чи споживачів.

(141) Ознаками ринкової влади є:

- здатність суб'єкта (суб'єктів) господарювання, який (які) не є єдиним (єдиними) виробником(ами) (постачальником(ами)) відповідного товару (товарної групи), диктувати свої умови при продажу товару (товарної групи), укладенні договору про поставки, нав'язувати споживачу не вигідні умови;
- здатність суб'єкта (суб'єктів) господарювання шляхом монополізації ринку постачання виробничих ресурсів обмежувати конкуренцію, витіснити з ринку інших підприємців, які виробляють відповідні товари (товарні групи) із застосуванням цих виробничих ресурсів, або створювати бар'єри вступу на ринок;
- здатність суб'єкта (суб'єктів) господарювання скорочувати або обмежувати випуск товарів (товарних груп) і постачання їх на ринок збуту з метою отримання односторонньої користі при купівлі або продажу товарів (товарних груп), при укладанні договорів і угод про постачання товарів (товарних груп), а інші суб'єкти господарювання, які є його конкурентами, не здатні компенсувати утворений дефіцит товарів (товарних груп);
- здатність суб'єкта (суб'єктів) господарювання підвищувати ціни на товари (товарні групи) і підтримувати їх на рівні, що перевищує рівень, обумовлений конкуренцією на ринку.

(142) Вважається, що суб'єкт (суб'єкти) господарювання не зазнає (зазнають) значної конкуренції, зокрема, коли:

- у нього (у них) на ринку немає жодного конкурента;
- частки на ринку, які належать конкурентам, порівняно невеликого розміру;
- можливості доступу інших суб'єктів господарювання щодо закупівлі сировини, матеріалів та збуту товарів (товарних груп) суттєво обмежені;
- бар'єри доступу на ринок інших суб'єктів господарювання, наявні пільги чи інші обставини суттєво обмежують вступ на ринок нових суб'єктів господарювання.

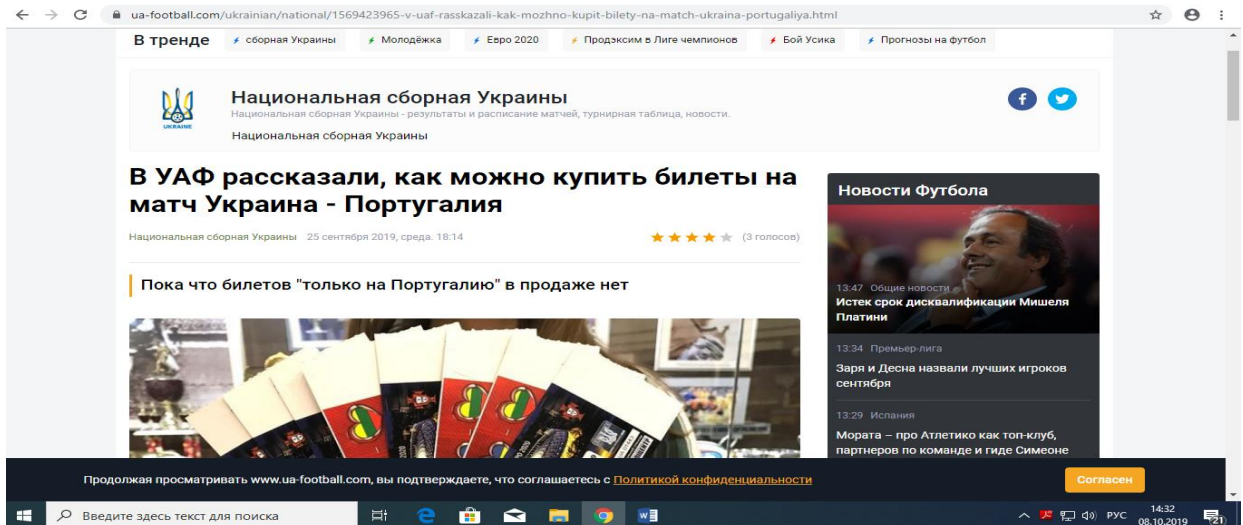
(143) Таким чином, Суб'єкт господарювання (в особі ТОВ «УАФ Маркетинг», ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ») у період з 16.09.2019 по 14.10.2019 займав монополічне (домінуюче) становище на ринку послуг з продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія» в межах (*інформація доступ до якої обмежено*) з часткою 97,94 %.

4. Обставини справи

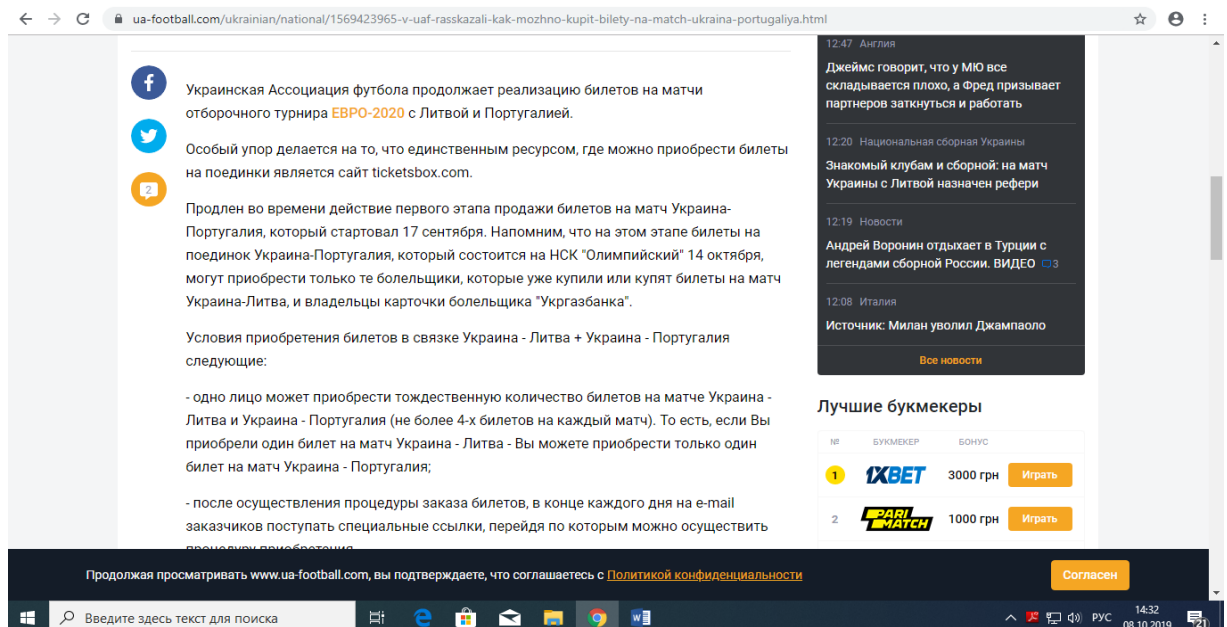
(144) Наприкінці вересня 2019 року в засобах масової інформації, а також в мережі Інтернет з'явилась інформація про те, що єдиним ресурсом, де можна придбати квитки на Матч «Україна – Португалія», є вебсайт ticketsbox.com.

(145) Згідно з інформацією, розміщеною в мережі Інтернет на українському спортивному порталі UA-Футбол за посиланням <https://ua-football.com.ua>, 25.09.2019 УАФ доводила до відома вболівальників (споживачів) інформацію про те, що на першому етапі продажу квитків на Матч «Україна – Португалія» придбати квиток на цей футбольний матч можуть лише ті споживачі, які вже придбали або придбають квиток на Матч «Україна – Литва».

(146) При цьому зазначено, що один покупець може придбати на Матч «Україна – Португалія» кількість квитків аналогічну кількості квитків, придбаних на Матч «Україна – Литва», але не більше 4 одиниць на один матч Турніру Чемпіонату Європи - 2020 (UEFA Euro 2020) (див. скриншот 1 та 2).

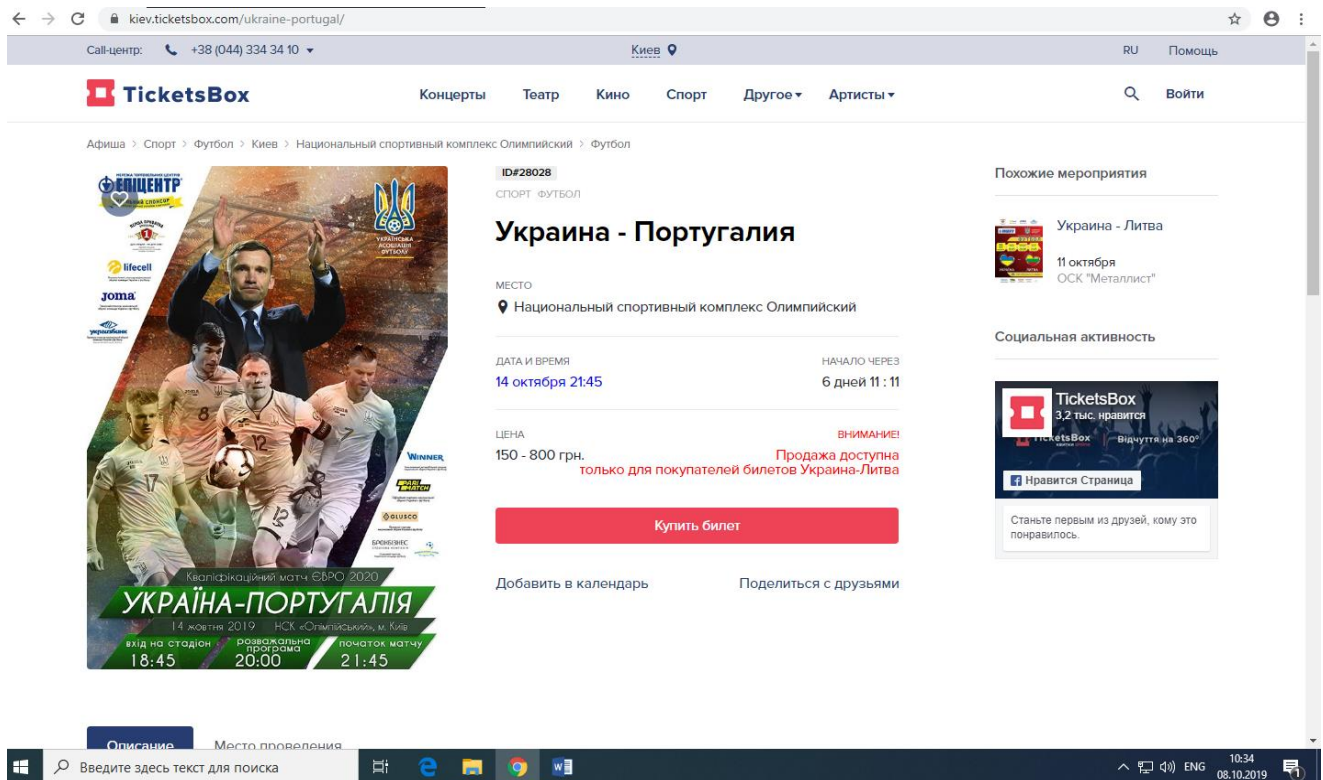


Скриншот 1

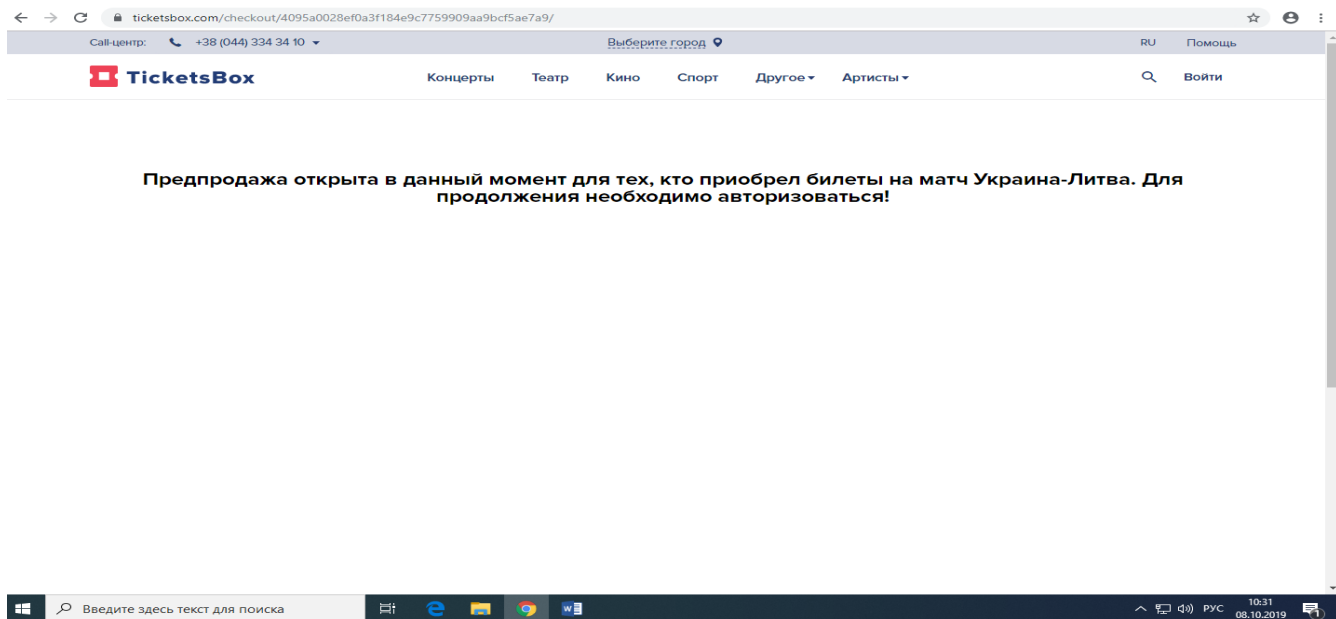


Скриншот 2

(147) Крім того, 08.10.2019 працівниками Відділення було встановлено факт розміщення на вебсайті, що знаходиться у мережі Інтернет за посиланням <https://ticketsbox.com/>, інформації про те, що придбати квиток на Матч «Україна – Португалія» можливо лише за умови придбання квитка на Матч «Україна – Литва» (див. фотокопію 3 та 4), про що було складено акт про встановлення факту розміщення інформації від 08.10.2019.



Скриншот 3



Скриншот 4

(148) Тобто, навіть за 6 днів до проведення Матчу «Україна – Португалія», реалізація квитків на цей матч здійснювалась **лише за умови придбання квитків на Матч «Україна – Литва».**

(149) Отже, споживачам, які мали намір придбати квиток безпосередньо на Матч «Україна – Португалія», **нав'язувались додаткові умови щодо придбання квитка на інший матч Турніру Чемпіонату Європи - 2020 (UEFA Euro 2020), а саме Матч «Україна – Литва».**

(150) Листом від 20.12.2019 № 201219/01 (вх. Відділення від 21.12.2019 № 60-01/4548)

ТОВ «ТІКЕТСРМ» повідомило, що воно володіє вебсайтом ticketsbox.com, обслуговує його та розміщує на ньому інформацію. На підтвердження цього ТОВ «ТІКЕТСРМ» надало до Відділення копію свідоцтва (*інформація доступ до якої обмежено*).

(151) Також ТОВ «ТІКЕТСРМ» зазначило, що воно здійснювало продаж (реалізацію) квитків, зокрема на Матч «Україна – Португалія», на підставі договору про надання послуг з продажу (реалізації) квитків (*інформація доступ до якої обмежено*), укладеного між ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ».

(152) Відповідно до положень договору (*інформація доступ до якої обмежено*), ТОВ «УАФ ТІКЕТ» має право надавати ТОВ «ТІКЕТСРМ» інформаційні матеріали для розміщення їх на вебсайті ticketsbox.com, а ТОВ «ТІКЕТСРМ» має право розміщувати такі інформаційні матеріали на своєму вебсайті на визначених цим договором умовах. При цьому, ТОВ «УАФ ТІКЕТ» погоджує обсяг, строки та місце такого розміщення і несе відповідальність за зміст цих матеріалів, їх достовірність, відповідність вимогам Закону України «Про рекламу» (як рекламодавець) та дотримання вимог авторських, суміжних та патентних прав на ці матеріали.

(153) Згідно з пунктом 3 додаткової угоди (*інформація доступ до якої обмежено*) до вказаного договору ТОВ «ТІКЕТСРМ» за завданням ТОВ «УАФ ТІКЕТ» зобов'язується надавати першочергове право придбати квитки на Матч «Україна – Португалія» особам, які придбали квитки Матч «Україна – Литва».

(154) При цьому, за поясненнями ТОВ «ТІКЕТСРМ», встановлені ТОВ «УАФ ТІКЕТ» умови щодо першочергового права придбання квитків були частиною відповідної програми лояльності та одним із заходів підтримки найбільш відданих вболівальників.

(155) У свою чергу, листом від 12.11.2020 № 08 (вх. Відділення від 16.11.2020 № 60-01/4345) ТОВ «УАФ ТІКЕТ» зазначило, що воно здійснювало продаж (реалізацію) квитків, зокрема на Матч «Україна – Португалія», на підставі договору про надання послуг (*інформація доступ до якої обмежено*), укладеного між ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» та ТОВ «УАФ ТІКЕТ».

(156) Відповідно до підпункту 4.1.2 пункту 4 Договору (*інформація доступ до якої обмежено*) ТОВ «УАФ ТІКЕТ» має право розміщувати на сайті інформаційні матеріали, надані йому ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ», або створені самостійно чи з залученням третіх осіб, але **тільки при письмовій або усній узгодженості із ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ»**, про Захід, на відвідування якого ТОВ «УАФ ТІКЕТ» здійснюватиме продаж квитків. Обсяг, строки та місця такого розміщення визначає ТОВ «УАФ ТІКЕТ» **за погодженням із ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ»**. ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» несе відповідальність за зміст цих матеріалів, їх достовірність, відповідність вимогам Закону України «Про рекламу» (як рекламодавець) та дотримання вимог авторських, суміжних та патентних прав на ці матеріали.

(157) Згідно з пунктом 3 додатку (*інформація доступ до якої обмежено*) Договору (*інформація доступ до якої обмежено*) передбачено, що ТОВ «УАФ ТІКЕТ» за завданням ТОВ «УАФ Маркетинг» зобов'язується надавати першочергове право придбати квитки на Матч «Україна – Португалія» особам, які придбали квитки Матч «Україна – Литва».

(158) При цьому, за поясненнями ТОВ «УАФ ТІКЕТ», встановлені ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» умови щодо першочергового права придбання квитків були частиною

відповідної програми лояльності та одним із заходів підтримки найбільш відданих вболівальників.

(159) Листом від 29.11.2019 № 198 (вх. Відділення від 05.12.2019 № 60-01/4332), ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» повідомило, що вартість та процедура реалізації квитків на Матч «Україна – Португалія» **встановлювались наказами ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ»**, в яких передбачались всі умови реалізації квитків.

(160) Так, пунктом 3 наказу ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» (*інформація доступ до якої обмежено*), було передбачено надати першочергове право придбати квитки на Матч «Україна – Португалія» **особам, які придбали квитки Матч «Україна – Литва».**

(161) При цьому, за поясненнями ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ», «вболівальникам, які придбали квитки на матч «України та Литви», який відбудеться 11 жовтня 2019 року, надавалося *першочергове право придбати квитки на Матч «Україна – Португалія»...* Таким чином ми *впроваджували «програму лояльності» для вболівальників, які вболівають за Національну збірну команду України з футболу і відвідують матчі та підтримують збірну... Першочергове право придбати квитки на Матч «Україна – Португалія», вболівальникам, які придбали квитки на матч «України та Литви», який відбудеться 11 жовтня 2019 року... надавалося в період з 17 вересня по 19 вересня 2019 року та з 24 вересня по 02 жовтня 2019 року. Між вказаними та після вказаних періодів квитки можна було придбати без першочергового права...*» (мова оригіналу).

(162) Разом з тим, як було зазначено у пунктах 145 та 146 цього рішення, працівниками Відділення **поза вказаним ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» періодом, а саме 08.10.2019** (за 6 днів до проведення Матчу Україна - Португалія), було виявлено факт нав'язування споживачам для можливості придбання квитків на Матч «Україна – Португалія» додаткових умов, зокрема щодо придбання квитків на Матч «Україна – Литва».

(163) Крім того, наказ ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» (*інформація доступ до якої обмежено*) не містив положень про надання першочергового права придбати квитки на матч «Україна-Португалія» особам, які придбали квитки на матч «Україна-Литва», **виключно у період з 17 вересня по 19 вересня 2019 року та з 24 вересня по 02 жовтня 2019 року.**

(164) Окремо необхідно зазначити, що наказом ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» (*інформація доступ до якої обмежено*) встановлено механізм реалізації абонементів для вболівальників, які вболівають за Національну збірну команду України з футболу і відвідують матчі та підтримують збірну команду, шляхом запровадження продажу АБОНЕМЕНТІВ під назвою «#МиЗбірна», а саме квитків на 4 домашні кваліфікаційні матчі Турніру Чемпіонату Європи - 2020 (UEFA Euro 2020) між Національними збірними командами з футболу Україна-Сербія (07.06.2019, у м. Львів, стадіон «Арена Львів», о 21:45); Україна – Люксембург (10.06.2019, у м. Львів, стадіон «Арена Львів», о 21:45); Україна – Литва (11.10.2019, місце проведення визначено пізніше – м. Харків, о 21:45); Україна – Португалія (14.10.2019, у м. Київ, НСК «Олімпійський», о 21:45).

(165) При цьому, відповідно до пункту 2 зазначеного наказу ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ»:

- Ціна одного АБОНЕМЕНТУ – 2 000,00 грн, у тому числі ПДВ 20% - 333,33 грн;
- Кількість АБОНЕМЕНТІВ – 200 (двісті) штук;
- Дата початку продажу – 18 березня 2019 року;
- Дата початку продажу – 15 травня 2019 року;
- Орієнтовне розміщення місць на стадіонах:

Стадіон «Арена Львів»	Сектор A16, р. 19-21 Сектор A17, р. 19-21
НСК «Олімпійський»	Сектор 31, р. 27-30
Місце проведення Матчу Україна – Литва (стадіон «Металіст»)	Центральний сектор

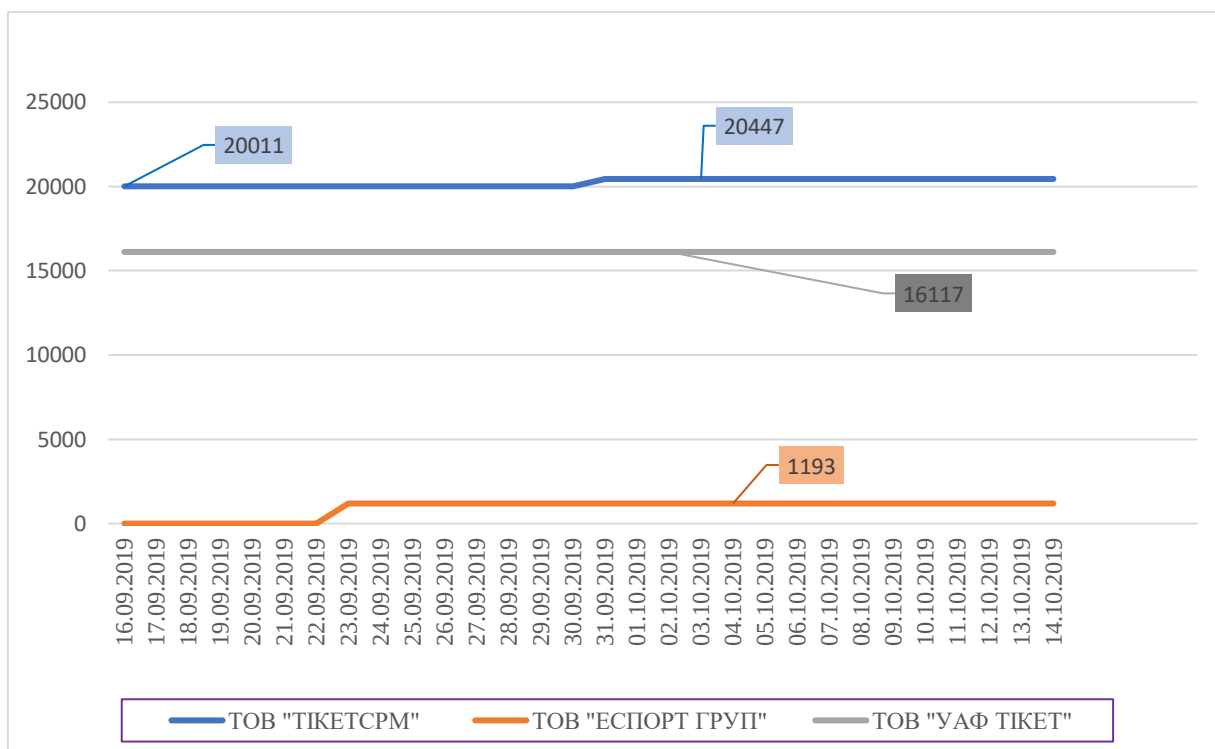
(166) Також, згідно з пунктом 5 наказу ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» (*інформація доступ до якої обмежено*), що відбудеться на стадіоні «Арена Львів» м. Львів 10 червня 2019 року та продаж абонементів» «у зв'язку з підвищенням попиту покупців щодо придбання **АБОНЕМЕНТІВ** під назвою «#МиЗбірні» [визначені наказом (*інформація доступ до якої обмежено*)] з 01 квітня 2019 року додати до реалізації додатково 100 АБОНЕМЕНТІВ за ціною та в порядку, визначеними в (*інформація доступ до якої обмежено*)...» (мова оригіналу).

(167) Отже, для найбільш відданих вболівальників Національної збірної команди України з футболу (фанатів) протягом березня - травня 2019 року здійснювався продаж АБОНЕМЕНТІВ, які передбачали можливість відвідування всіх 4 домашніх матчів Турніру Чемпіонату Європи - 2020 (UEFA Euro 2020), за умови придбання такого АБОНЕМЕНТУ, до якого також входив Матч «Україна – Португалія».

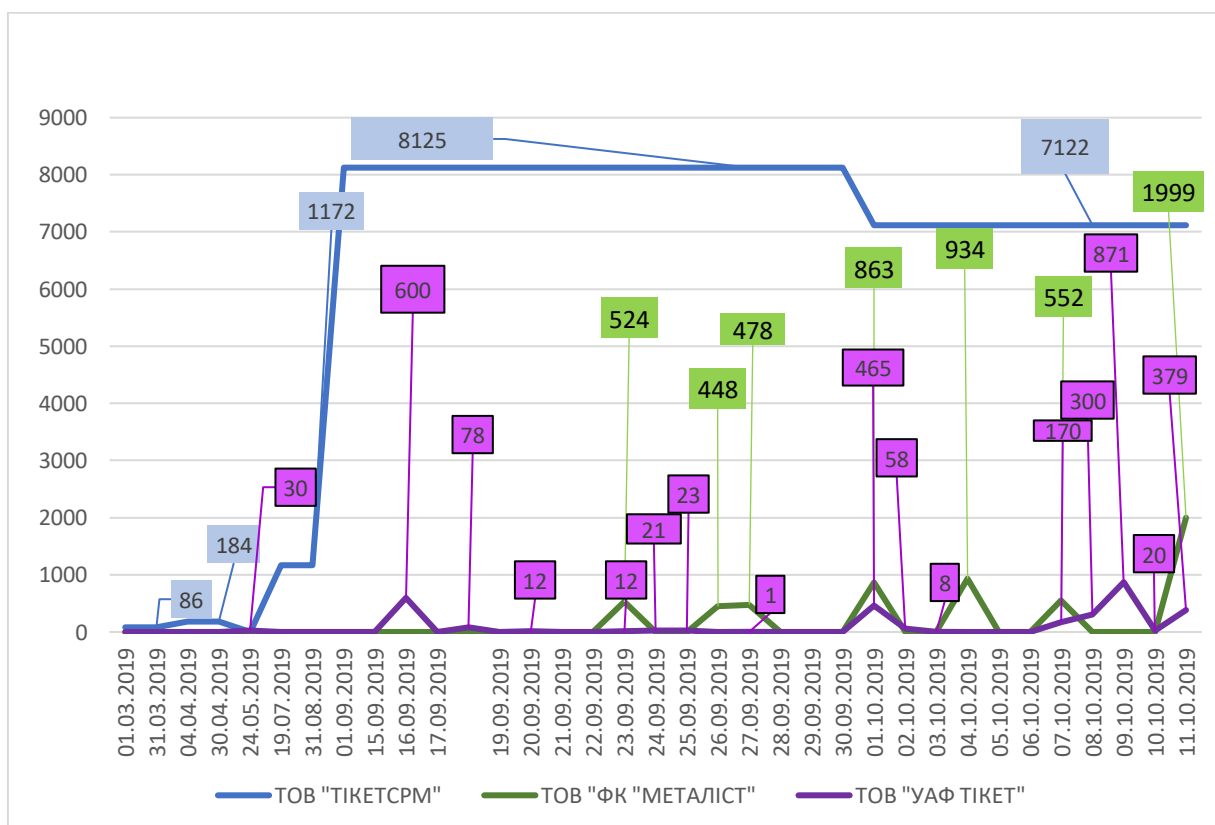
(168) Тобто, вболівальники (споживачі), які активно підтримують Національну збірну команду України з футболу, мали можливість на власний розсуд заздалегідь придбати абонемент на 4 домашніх матчі Турніру Чемпіонату Європи - 2020 (UEFA Euro 2020) за спеціальною ціною.

(169) Водночас іншим споживачам, які мали намір відвідати лише Матч «Україна – Португалія», враховуючи значимість Турніру Чемпіонату Європи - 2020 (UEFA Euro 2020), який передбачав велику зацікавленість відвідувачів Матчем «Україна – Португалія», що підтверджується великою кількістю проданих квитків саме на цей матч, Суб'єкт господарювання (в особі ТОВ «УАФ Маркетинг», ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ») нав'язував додаткові умови щодо придбання квитків на інший матч Турніру Чемпіонату Європи - 2020 (UEFA Euro 2020), а саме Матч «Україна – Литва».

(170) Крім того, як свідчать встановлені Відділенням під час розгляду справи № 18/60/19-рп/к.20 обставини, суттєве збільшення обсягів продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Литва» відбулось лише після початку продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія» (див. графік 1 та 2).



Графік 1. Обсяги продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія», який відбувся 14.10.2019



Графік 2. Обсяги продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Литва», який відбувся 11.10.2019

(171) Листом від 14.01.2021 № 01 (вх. Відділення від 26.01.2021 № 60-01/382) ТОВ «УАФ ТІКЕТ» повідомило, що загальний обсяг виділених ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» для продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія» становить **63 292 шт.**

(172) При цьому, загальний обсяг реалізованих (проданих) квитків на Матч «Україна – Португалія» у межах (*інформація доступ до якої обмежено*) складає **57 768 шт.**, а саме:

- ТОВ «УАФ ТІКЕТ» – 16 117 шт. або 27,90 %:
- 16.09.2019 - 14.10.2019 – 16 117 шт.;
- ТОВ «ТІКЕТСРМ» – 40 458 шт. або 70,04 %:
- 16.09.2019 - 30.09.2019 – 20 011 шт.;
- 01.10.2019 - 14.10.2019 – 20 447 шт.;
- ТОВ «ЕСПОРТ ГРУП» – 1 193 шт. або 2,06 %:
- 16.09.2019 - 14.10.2019 – 1 193 шт.

(173) Листом від 10.10.2024 № 11 (вх. Відділення від 14.10.2024 № 60-01/4030) ТОВ «УАФ ТІКЕТ» повідомило, що загальний обсяг виділених ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» для продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Литва» становить **39 590 шт.**

(174) При цьому, загальний обсяг реалізованих (проданих) квитків на Матч «Україна – Литва» у межах (*інформація доступ до якої обмежено*) складає **25 535 шт.**, а саме:

- ТОВ «УАФ ТІКЕТ» – 3 048 шт. або 11,94 %:
- 24.05.2019 – 30 шт.,
- 16.09.2019 – 600 шт.,
- 18.09.2019 – 78 шт.,
- 20.09.2019 – 12 шт.,
- 23.09.2019 – 12 шт.;
- 24.09.2019 – 21 шт.,
- 25.09.2019 – 23 шт.,
- 27.09.2019 – 1 шт.,
- 01.10.2019 – 465 шт.,
- 02.10.2019 – 58 шт.,
- 03.10.2019 – 8 шт.,
- 07.10.2019 – 170 шт.,
- 08.10.2019 – 300 шт.,
- 09.10.2019 – 871 шт.,
- 10.10.2019 – 20 шт.,
- 11.10.2019 – 379 шт.;
- ТОВ «ТІКЕТСРМ» – 16 689 шт. або 65,36 %:
- 01.03.2019 - 31.03.2019 – 86 шт.;
- 04.04.2019 - 30.04.2019 – 184 шт.;
- 19.07.2019 - 31.08.2019 – 1 172 шт.,
- 01.09.2019 - 30.09.2019 – 8 125 шт.,
- 01.10.2019 - 11.10.2019 – 7 122 шт.;
- товариство з обмеженою відповідальністю «ФУТБОЛЬНИЙ КЛУБ «МЕТАЛІСТ» (*інформація доступ до якої обмежено; інформація доступ до якої обмежено*) (далі – ТОВ «ФК «МЕТАЛІСТ»)) – 5 798 шт. або 22,70 %:
- 23.09.2019 – 524 шт.,
- 26.09.2019 – 448 шт.,
- 27.09.2019 – 478 шт.,
- 01.10.2019 – 863 шт.,
- 04.10.2019 – 934 шт.,

- **07.10.2019 – 552 шт.,**
- **11.10.2019 – 1 999 шт.**

(175) Отже, загальний обсяг проданих (реалізованих) квитків на Матч «Україна – Литва» до вересня 2019 року (дати початку продажу квитків на Матч «Україна – Португалія») становить лише **1 472 шт.**, а з вересня 2019 року (після початку продажу квитків на Матч «Україна – Португалія») – **24 063 шт.**

(176) При цьому, загальний обсяг не проданих (не реалізованих) квитків на Матч «Україна – Португалія» становить 5 524 шт, або **8,73 %**, а на Матч «Україна – Литва» – 14 055 шт. або **35,50 %**.

(177) Таким чином, надання першочергового права придбати квитки на Матч «Україна – Португалія» особам, які придбали квитки Матч «Україна – Литва», було здійснено Суб'єктом господарювання не в інтересах споживачів (найпалкіших вболівальників), а з метою збільшення власного прибутку, про що свідчить вищенаведена інформація про суттєве збільшення обсягів продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Литва» **лише після початку продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія»**, а також співвідношення між обсягом виділених для продажу (реалізації) квитків та обсягом фактично проданих (реалізованих) квитків на вказані футбольні матчі.

5. Кваліфікація дій відповідача та висновки у справі

(178) Абзацом четвертим пункту 2 розділу II «Прикінцеві та перехідні положення» Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення законодавства про захист економічної конкуренції та діяльності Антимонопольного комітету України» від 09.08.2023 № 3295-IX передбачено, що справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, розгляд яких розпочато до дня набрання чинності цим законом (01.01.2024), розглядаються відповідно до законодавства, яке діяло до дня набрання чинності цим законом (тобто до 01.01.2024).

(179) Займаючи монопольне (домінуюче) становище на ринку послуг з продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія» Суб'єкт господарювання (в особі ТОВ «УАФ Маркетинг», ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ») у період з 16.09.2019 по 14.10.2019 нав'язував споживачам для можливості придбання квитків на Матч «Україна – Португалія» додаткові умови, зокрема щодо придбання квитків на Матч «Україна – Литва».

(180) Через обмеженість альтернативних джерел постачання товарів, що у достатніх обсягах задовольняли б попит за нормальними умовами торгівлі, домінуюча компанія стає для покупців торговельним партнером, стосунків з яким важко уникнути.

(181) За таких умов споживачі потребують спеціального правового захисту, оскільки сам ринковий механізм з адекватним рівнем конкуренції вже не функціонує і не може захистити їх належним чином.

(182) За відсутності ефективної конкуренції на ринку послуг з продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія» споживачі не мали значної кількості альтернативних джерел придбання зазначеного товару. Тому, при купівлі квитків на Матч «Україна – Португалія» споживачі були вимушені погоджуватись на умови домінуючої компанії, що було б неможливим за умов існування значної конкуренції на цьому ринку.

(183) Відповідно до частини першої статті 13 Закону України «Про захист економічної конкуренції» зловживанням монопольним (домінуючим) становищем на ринку є дії чи бездіяльність суб'єкта господарювання, який займає монопольне (домінуюче) становище на ринку, що призвели або можуть призвести до недопущення, усунення чи обмеження конкуренції, або ущемлення інтересів інших суб'єктів господарювання чи споживачів, які були б неможливими за умов існування значної конкуренції на ринку.

(184) Згідно з пунктом 1 частини другої статті 13 Закону України «Про захист економічної конкуренції» зловживанням монопольним (домінуючим) становищем на ринку, зокрема, визнається встановлення таких цін чи інших умов придбання або реалізації товару, які неможливо було б встановити за умов існування значної конкуренції на ринку.

(185) Пунктом 2 статті 50 Закону України «Про захист економічної конкуренції» передбачено, що порушенням законодавства про захист економічної конкуренції є зловживання монопольним (домінуючим) становищем.

(186) Таким чином, дії Суб'єкта господарювання, які полягають у нав'язуванні у період з 16.09.2019 по 14.10.2019 споживачам для можливості придбання квитків на Матч «Україна – Португалія» додаткових умов, зокрема щодо придбання квитків на Матч «Україна – Литва», є порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченим пунктом 1 частини другої статті 13 та пунктом 2 статті 50 Закону України «Про захист економічної конкуренції», у вигляді зловживання монопольним (домінуючим) становищем на ринку послуг з продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія», шляхом встановлення таких умов реалізації товару, які неможливо було б встановити за умов існування значної конкуренції на цьому ринку.

6. Заперечення відповідачів та їх спростування

(187) Листом від 06.06.2025 № 06062025/1 (вх. Відділення від 09.06.2025 № 60-01/3316) ТОВ «ТІКЕТСРМ» надало наступні зауваження до Подання: «Товариство як квитковий оператор здійснювало виключно онлайн продаж (реалізацію) квитків з використанням власного сайту www.ticketsbox.com за дорученням організатора, як і в даному випадку, так і у відносинах з будь-якими іншими організаторами ніколи не визначало й не визначає ані умов продажу квитків, ані умов проведення самого заходу...» (мова оригіналу).

(188) Наведені зауваження ТОВ «ТІКЕТСРМ» підтверджують висновок Відділення про те, що ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ» самостійно не визначали умови продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія», такі умови визначалися ТОВ «УАФ Маркетинг» на підставі договорів.

(189) За таких обставин, зважаючи на положення договорів щодо продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія», які надали ТОВ «УАФ Маркетинг» можливість визначати умови продажу (реалізації) ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ» таких квитків, на ринку послуг з продажу (реалізації) квитків на Матч «Україна – Португалія» у період з 16.09.2019 по 14.10.2019 діяв суб'єкт господарювання в особі ТОВ «УАФ Маркетинг», ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ».

(190) При цьому, станом на дату прийняття рішення будь-яких зауважень чи заперечень щодо змісту Подання від ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» та ТОВ «УАФ ТІКЕТ» до Відділення не надходило.

7. Остаточні висновки у справі

(191) Отже, зібраними у справі № 18/60/19-рп/к.20 доказами доводиться висновок адміністративної колегії Відділення про те, що дії Суб'єкта господарювання, які полягають у нав'язуванні у період з 16.09.2019 по 14.10.2019 споживачам для можливості придбання квитків на Матч «Україна – Португалія» додаткових умов, зокрема щодо придбання квитків на Матч «Україна – Литва», є порушенням, передбаченим пунктом 13 статті 50 Закону України «Про захист економічної конкуренції».

8. Визначення розміру штрафу

(154) Відповідно до статті 51 Закону України «Про захист економічної конкуренції» порушення законодавства про захист економічної конкуренції тягне за собою відповідальність, встановлену законом.

(155) Згідно з абзацом другим частини другої статті 52 Закону України «Про захист економічної конкуренції» за порушення, передбачене пунктом 2 статті 50 цього закону накладається штраф у розмірі до десяти відсотків доходу (виручки) суб'єкта господарювання від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за останній звітний рік, що передував року, в якому накладається штраф.

(192) Згідно з інформацією Головного управління ДПС у м. Києві, наданої під час розгляду справи № 18/60/19-рп/к.20 листом від 20.05.2025 № 15115/5/26-15-12-07-01 (вх. Відділення від 27.05.2025 № 60-01/1371кі), чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ», ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ» за 2024 рік становить:

- ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ» – *(інформація доступ до якої обмежено)*;
- ТОВ «УАФ ТІКЕТ» – *(інформація доступ до якої обмежено)*;
- ТОВ «ТІКЕТСРМ» – *(інформація доступ до якої обмежено)*.

(193) При визначенні розміру штрафу Відділенням враховано наступне:

- порушення законодавства про захист економічної конкуренції з боку ТОВ «УАФ МАРКЕТИНГ», ТОВ «УАФ ТІКЕТ» та ТОВ «ТІКЕТСРМ» Відділенням виявлено вперше;
- порушення припинено.

У зв'язку з наведеним, керуючись статтями 7, 12¹, 14 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтями 48 і 52 Закону України «Про захист економічної конкуренції» [у редакції закону, чинній до 01.01.2024], пунктами 3 і 11 Положення про територіальне відділення Антимонопольного комітету України, затвердженого розпорядженням Антимонопольного комітету України від 23 лютого 2001 року №32-р, зареєстрованого у Міністерстві юстиції України 30 березня 2001 року за №291/5482 (із змінами), пунктом 32 Правил розгляду заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, затвердженого розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19 квітня 1994 року № 5, зареєстрованого у Міністерстві юстиції України 6 травня 1994 року за № 90/299 (із змінами) [в редакціях, що були чинні до 01.01.2024], адміністративна колегія Північного міжобласного територіального відділення Антимонопольного комітету України

ПОСТАНОВИЛА:

1. Визнати, що суб'єкт господарювання в особі товариства з обмеженою відповідальністю «УАФ МАРКЕТИНГ» (попередня назва – товариство з обмеженою

відповідальністю «ФФУ МАРКЕТИНГ»)) (*інформація доступ до якої обмежено; інформація доступ до якої обмежено*), товариства з обмеженою відповідальністю «УАФ ТІКЕТ» (*інформація доступ до якої обмежено; інформація доступ до якої обмежено*) та товариства з обмеженою відповідальністю «ТІКЕТСРМ» (попередня назва – товариство з обмеженою відповідальністю «МЕДІАКОНСАЛТИНГ»)) (*інформація доступ до якої обмежено; інформація доступ до якої обмежено*) у період з 16.09.2019 по 14.10.2019 в межах (*інформація доступ до якої обмежено; інформація доступ до якої обмежено*) займав монопольне (домінуюче) становище на ринку послуг з продажу (реалізації) квитків на домашній кваліфікаційний матч Турніру Чемпіонату Європи - 2020 (UEFA Euro 2020) між Національними збірними командами з футболу України та Португалії з часткою 97,94 %.

2. Визнати, дії суб'єкта господарювання в особі товариства з обмеженою відповідальністю «УАФ МАРКЕТИНГ» (попередня назва – товариство з обмеженою відповідальністю «ФФУ МАРКЕТИНГ»)) (*інформація доступ до якої обмежено; інформація доступ до якої обмежено*), товариства з обмеженою відповідальністю «УАФ ТІКЕТ» (*інформація доступ до якої обмежено; інформація доступ до якої обмежено*) та товариства з обмеженою відповідальністю «ТІКЕТСРМ» (попередня назва – товариство з обмеженою відповідальністю «МЕДІАКОНСАЛТИНГ»)) (*інформація доступ до якої обмежено; інформація доступ до якої обмежено*), які полягають у нав'язуванні у період з 16.09.2019 по 14.10.2019 споживачам для можливості придбання квитків на домашній кваліфікаційний матч Турніру Чемпіонату Європи - 2020 (UEFA Euro 2020) між Національними збірними командами з футболу України та Португалії додаткових умов, зокрема щодо придбання квитків на домашній кваліфікаційний матч Турніру Чемпіонату Європи - 2020 (UEFA Euro 2020) між Національними збірними командами з футболу України та Литви, порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченим пунктом 1 частини другої статті 13 та пунктом 2 статті 50 Закону України «Про захист економічної конкуренції», у вигляді зловживання монопольним (домінуючим) становищем на ринку послуг з продажу (реалізації) квитків на домашній кваліфікаційний матч Турніру Чемпіонату Європи - 2020 (UEFA Euro 2020) між Національними збірними командами з футболу України та Португалії, шляхом встановлення таких умов реалізації товару, які неможливо було б встановити за умов існування значної конкуренції на цьому ринку.

3. За порушення, зазначене в пункті 2 резолютивної частини цього рішення, накласти на товариство з обмеженою відповідальністю «УАФ МАРКЕТИНГ» (попередня назва – товариство з обмеженою відповідальністю «ФФУ МАРКЕТИНГ»)) (*інформація доступ до якої обмежено; інформація доступ до якої обмежено*) штраф у розмірі 68 000 (шістдесят вісім тисяч) гривень.

4. За порушення, зазначене в пункті 2 резолютивної частини цього рішення, накласти на товариство з обмеженою відповідальністю «УАФ ТІКЕТ» (*інформація доступ до якої обмежено; інформація доступ до якої обмежено*) штраф у розмірі 68 000 (шістдесят вісім тисяч) гривень.

5. За порушення, зазначене в пункті 2 резолютивної частини цього рішення, накласти на товариство з обмеженою відповідальністю «ТІКЕТСРМ» (попередня назва – товариство з обмеженою відповідальністю «МЕДІАКОНСАЛТИНГ»)) (*інформація доступ до якої обмежено; інформація доступ до якої обмежено*) штраф у розмірі 68 000 (шістдесят вісім тисяч) гривень.

Відповідно до частини другої статті 56 Закону України «Про захист економічної конкуренції» рішення органів Антимонопольного комітету України, голів його територіальних відділень є обов'язковими до виконання. Рішення органу Антимонопольного комітету України набирають чинності з дня їх прийняття.

Штраф підлягає сплаті у двомісячний строк з дня одержання цього рішення.

Згідно з частиною тринадцятою статті 56 Закону України «Про захист економічної конкуренції» протягом п'яти днів з дня сплати штрафу та пені суб'єкт господарювання зобов'язаний надіслати до територіального відділення Антимонопольного комітету України документи, що підтверджують сплату штрафу, пені.

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

**Голова адміністративної колегії –
голова Відділення**

Андрій ПОГОРЄЛОВ