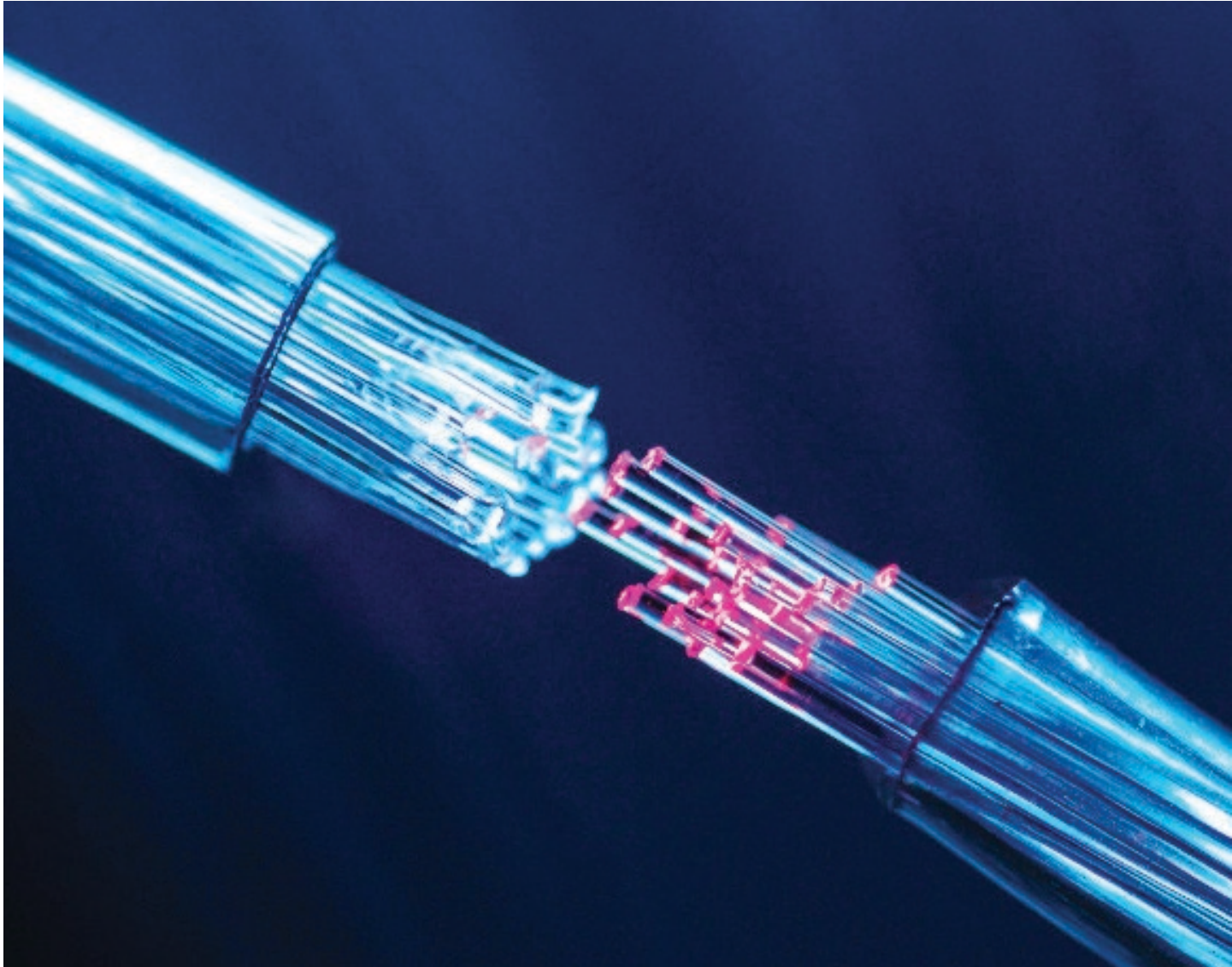


CERTUS

domnīca mērķtiecīgai izaugsmei



Apvienot vai neapvienot?

Mācība, ko gūt no nesen apvienotiem
telekomunikāciju uzņēmumiem

Dr. Sergejs Gubins

KOPSAVILKUMS

- Iespējamā *Lattelecom* un *Latvijas Mobilā Telefona* apvienošanās tiek apspriesta jau vairākus gadus. Kamēr atbalstītāji uzsver gaidāmos ieguvumus no apjomradītiem ietaupījumiem un jaunu produktu izstrādes, oponenti uztraucas par tirgus ietekmes sagrozīšanu un palielinātām izmaksām. Šajā pētījumā apskatīti galvenie apvienošanās rezultāti un ieskicēti to analizēšanas veidi.
- Mēs izmantojām trīs savstarpēji papildinošas metodes, lai novērtētu iespējamās apvienošanās rezultātus:
 - Iepriekš veiktu pētījumu apskats, analizējot uzņēmumu apvienošanās cēloņus un ietekmi uz telekomunikāciju uzņēmumu darbību;
 - Akciju tirgus svārstību analīze pēc telekomunikācijas uzņēmumu apvienošanās izludināšanas publiskajā telpā no 2010. līdz 2017. gadam attīstītajās valstīs;
 - Konkurences padomju sniegto lēmumu analīze saistībā ar ierosināto telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanos.
- Trīs galvenie fiksēto un mobilo telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās iemesli ir:
 - Izmaksu samazināšana,
 - Lielāka ietekme tirgū,
 - Ieguvumi no funkcionālās kompetences (dažādas zināšanas un prasmes) savstarpējās mijiedarbības.Ietekme tirgū, visdrīzāk, paliktu nemainīga, jo jebkurus ieguvumus ierobežotu nacionālā un/vai Eiropas konkurences padome.
- Ekonomisti ir vienprātis, ka ieguvumi no apvienošanās efektivitātes izteiksmē ir vāji. Nesen veiktos pētījumos par to, kā uzņēmumu apvienošanās ietekmē to darbību, secināts, ka telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās ASV un Rietumeiropā nav radījusi ne izmaksu ietaupījumus, ne palielinājusi produktivitāti.
- Viens no svarīgākajiem apvienošanās ieguvumiem no funkcionālās kompetences skatpunkta ir iespēja piedāvāt četru produktu (angl., *quadruple-play*) komplektu, apvienojot mobilo un fiksēto platjoslas internetu, televīziju un telefonsakarus vienā līgumā. Ļoti iespējams, ka ar laiku pieprasījums pēc četru produktu komplekta pieaugs. Šāda pieprasījuma apmierināšana būtu sociāli vēlama un tā attaisnotu uzņēmumu apvienošanos. Jāņem vērā, ka, lai novērtētu pieprasījuma tendences pēc šāda produkta, jāveic padziļināta kvantitatīvā analīze.
- Pakalpojumu komplektēšana (angl., *bundling*) var būt īpaši izdevīga fiksēto telekomunikāciju pakalpojumu sniedzējiem. Mobilo sakaru iekļaušana piedāvājumā dotu iespēju apmierināt pieaugošo pieprasījumu pēc mobilajiem datiem un tādējādi nepazaudēt esošo klientu bāzi.
- Akciju tirgi attīstītajās valstīs apkopo visu tirgus dalībnieku informāciju un attīstības tendences, tāpēc akciju cenas atspoguļo uzņēmumu gaidāmo ekonomisko sniegumu un nākotnes peļņu. Pētījumā salīdzinātas akciju cenas pirms un pēc paziņojuma par uzņēmumu apvienošanos, lai redzētu, vai sagaidāms, ka apvienošanās būs veiksmīga īsā un vidējā termiņā.
- Pētījuma vajadzībām tika apkopotas telekomunikāciju uzņēmumu akciju cenas, lai izvērtētu 33 telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanos ES un Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācijas (turpmāk – OECD) valstīs no 2010. līdz 2017. gadam. Rezultāti nesniedza viennozīmīgus secinājumus. Kopumā aptuveni pusē gadījumu apvienotie uzņēmumi pārspēj vidējo tirgus dinamiku, taču pārējos gadījumos uzņēmumu rezultāti atpaliek no tirgus vidējā. Akciju tirgi kopumā pozitīvi reaģē uz apvienošanos ilgākā laika periodā (50 līdz 100 dienas), turpretim reakcija ir negatīva īsākā laika periodā (25 dienas). Tāpat rezultāti ir labāki apvienošanās darījumos, kas noslēgti ES.
- Uzņēmumu apvienošanai var būt nelabvēlīga ietekme uz konkurenci telekomunikāciju tirgū, īpaši, ja jaunais uzņēmums piedāvātu produktu komplektus. Tas varētu palielināt izmaksas, kas, ienākot tirgū, rodas jauniem uzņēmumiem. Tapāt jaunizveidotajam uzņēmumam varētu būt izdevīgi ierobežot resursu pieejamību potenciālajiem konkurentiem un realizēt agresīvu komercpraksi. ES konkurences iestādes gandrīz pusei no nesenajiem telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās gadījumiem ir piemērojušas īpašus apvienošanās nosacījumus.
- Visbiežāk piemērotais nosacījums ir pārdot daļu uzņēmuma infrastruktūras konkurentiem, kā arī noslēgto vienošanos ar citiem tirgus dalībniekiem koriģēšana un pieejamības uzņēmuma sniegtajiem pakalpojumiem nodrošināšana.

IEVADS

Latvijas fiksēto līniju operatora *Lattelecom* un bezvadu līniju operatora *Latvijas Mobilā Telefona (LMT)* iespējamā apvienošanās Latvijā tiek apspriesta jau vairākus gadus. Tiek minēti daudzi „par” un „pret” argumenti. Apvienošanās atbalstītāji uzsvēr iespējamus ieguvumus no apjomradītiem ietaupījumiem un jaunu produktu izstrādes, turpretim oponenti uztraucas par tirgus ietekmes sagrozīšanu un izmaksu neefektivitāti neoptimāla uzņēmuma izmēra dēļ. Nav panākta vienprātība par apvienošanās ekonomisko un sociālo vēlamību. Šīs problēmas sarežģītais raksturs acīmredzot ir viens no būtiskākajiem iemesliem.

Visaptveroša tirgus analīze ir viens no veidiem, kā analizēt šo jautājumu. Valsts konkurences iestādes, kas ir atbildīgas par veselīgas konkurences nodrošināšanu, parasti veic lielu uzņēmumu apvienošanās pārbaudes. Šādām pārbaudēm bieži ir nepieciešami būtiski resursi. Piemēram, nesen Apvienotās Karalistes Konkurences un tirgus iestāde (2016) veica plašu pētījumu par telekomunikāciju uzņēmumu BT Group un EE Limited apvienošanu. Šai apvienošanai 2016. gada janvārī tika dota zaļā gaisma, jo analīze neuzrādīja konkurences apdraudējumu. Pētījumā tika iekļauta telekomunikāciju produktu, tirgus dalībnieku, spēkā esošo likumu un noteikumu, nozares tendenču, pašas apvienošanās un hipotētiskas situācijas, ja abi uzņēmumi turpinātu darboties pašreizējā tirgū, analīze. Pētījums tika veikts visos būtiskākajos tirgos, t.i., mazumtirdzniecības mobilajos un fiksētajos platjoslas, vairumtirdzniecības mobilajos un citos tirgos. Daudzi tirgus dalībnieki ne tikai sniedza savu viedokli par apvienošanu, bet arī nodrošināja svarīgu uzņēmumu iekšējo dokumentāciju. Pētījums ilga vienu gadu.

Tik plaša analīze neatbilst šī pētījuma tvērumam, tomēr turpmāk tiks apskatīti apvienošanās galvenie rezultāti un ieskicēti iespējamie veidi, kā šos rezultātus mērīt. Lai izprastu apvienošanās rezultātus, mēs izmantojām trīs savstarpēji papildinošas metodes:

- Pirmkārt, mēs apskatījām pētījumus par telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās ekonomisko ietekmi, kas ietvēra gan uzņēmumam specifiskus rezultātus, gan plašākus sociālekonomiskus rezultātus.

- Otrkārt, mēs veicām akciju tirgus reakciju analīzi par jaunākajiem telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās gadījumiem ES un valstīs ārpus ES (OECD) no 2010. līdz 2017. gadam. Mēs salīdzinājām akciju cenas īsi pirms un pēc publiska paziņojuma par apvienošanu. Tāpat mēs pārbaudījām kopējos akciju tirgu darbības rezultātus un salīdzinājām tos ar telekomunikāciju uzņēmumu rezultātiem.
- Treškārt, mēs apskatījām konkurences iestāžu reakciju uz pušu piedāvātajiem apvienošanās noteikumiem.

Literatūra šajā jomā piedāvā pietiekami plašu ieskatu dažādos jautājumos – pētnieki apskata daudzus apvienošanās aspektus, tajā skaitā izmaiņas uzņēmumu peļņā, konkurences struktūrā un sociālajā labklājībā. Tomēr ierobežotais pētījumu skaits par telekomunikāciju nozari ir kavēklis. Apvienošanās kauzālās efekta noteikšana rada lielākās grūtības apvienošanās analīzē. Būtiski nošķirt kauzālo efektu no izmaiņām, kas radušās citu faktoru ietekmē, kas nav saistīti ar apvienošanu, piemēram, vispārēja ekonomikas izaugsme vai tehnoloģiskā attīstība. Nošķirums parasti tiek veikts, piemērojot dažādas ekonometriskas metodes un lielas statistikas datu kopas.¹ Citu faktoru, kas varētu potenciāli ietekmēt uzņēmumu rezultātus, ignorēšana var radīt nepareizus secinājumus. Šajā literatūras apskatā tika atlasīti pētījumi, kuru autori mēģina precīzi novērtēt apvienošanās kauzālo efektu, nevis tikai apraksta statistiku pirms/pēc apvienošanās. Izmantojot otro metodi, tiek analizēta akciju tirgu reakcija. Iespējams, viens no visprecīzākajiem veidiem, kā atklāt apvienošanās ekonomisko ietekmi uz uzņēmumiem, ir analizēt to akciju svārstības pirms un pēc paziņojuma par apvienošanu. Ekonomisti bieži uzskata, ka akciju tirgi attīstītājās valstīs apkopo informāciju un tirgus dalībnieku gaidas un certības, tādējādi akciju cenas atspoguļo gaidāmo ekonomisko rezultātu un uzņēmumu nākotnes peļņu. Akciju cenu salīdzināšana noteiktā laika periodā rāda, vai ir sagaidāms, ka apvienošanās būs veiksmīga vai ne gan īsā, gan vidējā termiņā. Lai ņemtu vērā citus iespējamus ekonomiskos rezultātus, mēs salīdzinājām apvienoto uzņēmumu akciju cenas ar citiem rādītājiem, piemēram, valsts ekonomiskajiem rādītājiem un neapvienotiem uzņēmumiem.

¹ Viena veids, kā noteikt konkrēta notikuma kauzālo efektu uz tālāku uzņēmuma sniegumu, ir atrast attiecīgu hipotētisku grupu, ar kuru salīdzināt firmas sniegumu. Atšķirību (angl., difference-in-differences) un (kvazi)eksperimenta paņēmieni ir piemēri šādam paņēmienam.

Trešajā analīzes sadaļā apskatīta konkurences iestāžu reakcija uz apvienošanās paziņojumu. Lielu uzņēmumu apvienošanās bieži tiek uzskatīta par draudiem konkurencei, tāpēc konkurences iestādes bieži veic preventīvus pasākumus, lai nodrošinātu, ka neviens tirgus dalībnieks (konkurenti un klienti) nenonāk neizdevīgā stāvoklī. Pētījumā apskatīti šādi pasākumi vai apstākļi, lai izprastu, kādas ir galvenās tendences jaunākajos telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās darījumos. Šī pētījuma mērķis ir apskatīt pieredzi, ko sniedz

telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās gadījumi, un apskatīt akciju tirgu un konkurences iestāžu reakciju uz telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanu. Nākamajā nodaļā apskatīti galvenie telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās rezultāti. Vispirms aplūkoti pētījumi par telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanu, kā arī apskatīta akciju tirgu reakcija uz šādiem apvienošanās darījumiem. Tāpat apskatīta apvienošanās no konkurences iestāžu skatupunkta.

Literatūras par telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanu apskats

Galvenie fiksēto un mobilo telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās iemesli ir (Rieck and Doan, 2009):

- Efektivitātes pieaugums, pateicoties apjomradītiem ietaupījumiem.
- Lielāka ietekme tirgū. Tam gan nevajadzētu notikt, jo konkurenci uzraugošās iestādes vēlēšies to pilnībā novērst.

Efektivitātes pieaugums

Teorētiski izmaksu samazinājums ar sekojošu uzņēmuma rentabilitātes un akciju vērtības pieaugumu var rasties apjomradītu ietaupījumu dēļ. Proti, uzņēmuma izmērs pozitīvi ietekmē tā produktivitāti un vispārējos rezultātus. Viens no galvenajiem iemesliem, kāpēc palielinās apjomradīti ietaupījumi, ir iekārtu, materiālu un pētījuma izmaksu, kā arī jaunu pakalpojumu dēļ. Citi apjomradītu ietaupījumu iemesli ir resursu iepirkšana vairumā, darbinieku specializācija, izdevīgi finanšu nosacījumi un zemākas mārketinga izmaksas (Bovaird, 2004). Nozaru literatūras analīze liecina, ka vairums ražošanas uzņēmumu iegūst no apgrozījuma palielināšanas. Tāpat apjomradītus ietaupījumus var sasniegt arī pakalpojumu sniedzēji, taču šie ietaupījumi būtiski atšķiras dažādās valstīs un nozarēs.

Uzņēmumu apvienošanās ir ātrs veids, kā panākt strauju pieaugumu, salīdzinot ar pakāpenisku uzņēmuma iekšējo izaugsmi. Taču šāda strauja pieauguma rezultāti ir neskaidri. Hārvardas Universitātes profesors Frederiks M. Šerers (Frederic M. Scherer) 2006. gada Starptautiskajā rūpniecības organizācijas konferencē norādīja, ka pierādījumi būtiskiem efektivitātes ieguvumiem no apvienošanās dažādās nozarēs ir vāji (Scherer, 2006, p. 341). ASV banku nozares (Halkos and Tzeremes, 2013)

- Ieguvumi no katra atsevišķā uzņēmuma piedāvātajām zināšanām, prasmēm un spējām. Tas varētu būt īpaši nozīmīgi telekomunikāciju tirgus attīstībai Latvijā, jo jaunais uzņēmums varētu piedāvāt pašlaik neesošu pakalpojumu (četrus produktu kompleksus).

un IT sektora (Tanriverdi and Uysal, 2015) kvantitatīvie pētījumi uzrāda negatīvu apvienošanās ietekmi uz uzņēmuma rezultātiem.

Jaunākie dati par telekomunikāciju nozares uzņēmumu apvienošanās ietekmi ir nepārliciecināmi. 1. tabula sniedz pārskatu par aplūkotajiem pētījumiem. Majumdar et al. (2012) apkopoja visu ASV telekomunikāciju uzņēmumu, kas apvienojās no 1988. līdz 2011. gadam, ikgadējos darbības datus, operatora izdevumus un kopējos gūtos ieņēmumus. Apvienošanās radīto mijiedarbības rezultātu novērtēšanai parasti izmanto naudas plūsmas īpatsvaru uzņēmuma aktīvos (kopējo ieņēmumu attiecību pret visiem aktīviem). Pētījuma autori veic komplikētu daudzfaktoru regresijas analīzi, minēto mainīgo skaidrojot ar rūpīgi atlasītu parametru kopu, ņemot vērā konkurentu skaitu tirgū, vidējo algu līmeni, nozīmīgus telekomunikāciju noteikumus, tirgus urbanizācijas līmeni, korporatīvo klientu daļu, parādu apmēru un uzņēmumu reklāmas izdevumus. Rezultāti parādīja, ka apvienošanās rada negatīvu naudas plūsmas dinamiku attiecībā pret aktīviem, kas liecina, ka uzņēmumi nespēja realizēt potenciālos mijiedarbības ieguvumus, izmantojot aktīvu rekonfigurāciju pēc apvienošanās.

Pētījumi par telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās ietekmi uz uzņēmuma produktivitāti

1. tabula

Autori	Valsts	Atkarīgais mainīgais	Dati	Metodes	Galvenie secinājumi
Majumdar et al. (2012)	ASV	Kopējo darbības ieņēmumu un kopējo aktīvu attiecība	Visu ASV telekomunikāciju uzņēmumu ikgadējie dati, 1988.–2001.	Arellano-Bond dinamiskais paneļu datu modelis (t.i. kavēti mainīgie kā instrumenti)	„...rezultātu pasliktināšanās un sagaidāmas kopdarbība pēc apvienošanās ir ilūzija neatkarīgi no uzņēmuma izmēra.”
Sung un Gort (2006)	ASV	(a) Kopējā faktoru produktivitāte, kopējās izmaksas; (b) Akciju cenas	Trīsdesmit astoņu ASV telekomunikāciju uzņēmumu ikgadējie dati, 1991.–2000.	(a) Regresijas analīze, apvienotu un neapvienotu uzņēmumu salīdzinājums; (b) vidēja termiņa akciju tirgus reakcija	Nav produktivitātes vai izmaksu ieguvumu, vai nesamērīgas akcionāru peļņas
Rieck un Doang (2009)	ASV un Rietum-eiropa	Akciju cenas	88 telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās, 1998.–2006.	Īstermiņa akciju tirgus reakcija	Pozitīva ietekme uz akciju cenām, ja apvienoti uzņēmumi no divām valstīm, citos gadījumos nav statistiski nozīmīgas ietekmes.
Trillas (2002)	Rietum-eiropa	Akciju cenas	12 telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās, 1999.–2000.	Akciju tirgus reakcija	Nav nesamērīgas akcionāru peļņas

Līdzīgu rezultātu ieguva arī Sung un Gort (2006), kuri salīdzināja ASV apvienotus telekomunikāciju uzņēmumus no 1991. līdz 2000. gadam, kā kontroles grupu izmantojot līdzīgu neapvienotu telekomunikāciju uzņēmumu grupu. Salīdzinājums tika veidots, balstoties uz kopējo produktivitāti, izmaksu funkciju izmaiņām un akciju tirgus peļņas mērījumiem. Izņemot atšķirību (angl., diff-in-diff) regresijas analīzi, autori neatrada būtiskas izmaiņas peļņā, salīdzinot apvienotus un nepapvienotus uzņēmumus, piemērojot citu mainīgo kontroli. Viens no iespējamiem skaidrojumiem ir augstas darbaspēka izmaksas (īpaši uzraudzības izmaksas) apvienotajos uzņēmumos, salīdzinot ar neapvienotajiem uzņēmumiem, pēc apvienošanās. Tie paši autori apskatīja arī akciju tirgus reakciju uz paziņojumiem par apvienošanās. Analīzes bāzes periods ir 60 dienas pirms paziņojuma par apvienošanās. Uzņēmumu, kas veica iegādi, kapitāla pieaugums bija pozitīvs tikai dažus mēnešus, vēlāk tas bija līdzīgs neapvienoto uzņēmumu kapitāla pieaugumam.

Rieck un Doang ir veikuši pētījumu (2009) par apvienošanās un iegādes darījumu telekomunikāciju nozarē ietekmi uz akcionāru turību. Pētījums ir balstīts uz apvienošanās un iegādes darījumiem ASV no 1998. līdz 2006. gadam, un autoru secinājumi ir nedaudz optimistiskāki. Pētījumā izvērtēta akciju tirgus reakcija uz paziņojumu par apvienošanās. Pētījumā piemērota notikuma pētīšanas metode, kurā paziņojums par

apvienošanās ir notikums, kas ietekmē akciju cenas. Pētījumā izmantota informācija par akciju cenu svārstībām divas dienas pirms un pēc paziņojumiem par 88 ASV telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās no 1998. līdz 2006. gadam. Autori salīdzināja paredzamo atdevi (aprēķināta kā par laika posmu no 120 līdz 12 dienām pirms paziņojuma par apvienošanās) ar faktisko atdevi šajā laika posmā. Rezultāti rāda pozitīvu ietekmi uzņēmumu pārrobežu apvienošanās gadījumā, savukārt ietekme ir nenozīmīga, ja tiek apvienoti divi uzņēmumi vienā valstī.

Trillas veiktajā pētījumā (2002) arī piemērota notikuma pētīšanas metode, lai analizētu atdevi, kas radās 12 lielāko telekomunikāciju uzņēmumu Eiropā iegāžu dēļ 1999. un 2000. gadā. Arī šajā piemērā rezultāti nav pārāk pozitīvi ar ļoti dažādiem iznākumiem dažādos uzņēmumos. Pētījuma autors kā iemeslus šādiem rezultātiem min koordinācijas trūkumu, vadības vēlmi būvēt impēriju, politiskus iemeslus un valdības klūdainās darbības (īpaši valsts kontrolētos uzņēmumos).

Kopumā pētījumos secināts, ka apjomradītu ietaupījumu arguments praksē īsti nedarbojas, neskatoties uz to, ka telekomunikāciju nozare ir kapitālietilpīga. Tāpēc, lai uzņēmumi akceptētu apvienošanās, citiem apsvērumiem būtu jābūt peļņu nesošiem. Vēl jo vairāk, ja tiek zaudēta produktivitāte, tad peļņai vajadzētu to kompensēt.

Produktu komplekti

Viens no vissvarīgākajiem apvienošanās ieguvumiem no funkcionālās kompetences skatpunkta ir iespēja piedāvāt klientiem pakalpojumu komplektus. Telekomunikāciju nozarē komplektu veidošana ir nebeidzams process, jo pakalpojumi attīstās nepārtraukti (Uner et al., 2015). Sākot ar *dual-play* ar fiksētu telefona līniju un internetu, tad *triple-play* ar papildu TV pakalpojumiem. Plaši izmantotais termins *quadruple-play* komplektēšana attiecas uz mobilā un fiksētā platjoslas interneta, TV un telefonsakaru pakalpojumu nodrošinājumu vienā pakalpojumu pakā. Pašlaik Latvijā neviens uzņēmums nepiedāvā šādu pakalpojumu.²

Nozīmīgs ir jautājums par to, kāds ir pieprasījums pēc šāda četrpaku produktu piedāvājuma. Pieprasījuma novērtējums informēto uzņēmumu akcionārus par iespējamo produktivitātes zaudējumu apmēru, kuru apvienotie uzņēmumi būtu gatavi pieļaut. Pētījumā par pieprasījumu iespējams izvērtēt potenciālo četrpaku produkta tirgu un tā ietekmi Latvijā. Pašlaik globālajā telekomunikāciju nozarē pastāv vienprātība, ka ar laiku pieprasījums pēc šāda pakalpojuma var pieaugt.

Viena no biežāk izmantotajām metodēm, lai noteiktu kvantitatīvo pieprasījumu pēc produkta, kas vēl nav pieejams, ir izvēļu eksperiments, kas zināms arī kā apvienotā analīze.³ Šādā veidā Klei un Jakopin (2014) pētīja pieprasījumu pēc telekomunikāciju pakalpojumu komplektiem Vācijā. Pētījuma rezultāti atbalsta nesenās produktu komplektēšanas stratēģijas, jo klienti par komplektu ir ar mieru maksāt vairāk. Grzybowski un Liang (2015) analizēja datus no kādas Eiropas pilsētas, kurā četrkāršais piedāvājums ir pieejams. Rezultāti liecina par to, ka četrpaku produkta abonementi mobilos datus izmanto paralēli fiksētajai platjoslas pieejai. Klienti lieto mobilo datu interneta pieeju, lai iegūtu īsu pieeju tiešsaistes saturam, bet savas aktivitātes tiešsaistē pabeidz mājās. Tāpēc fiksēti platjoslas pakalpojumi papildina mobilo datu pakalpojumus. Kopumā secināms, ka komplektēšana ir salīdzinoši jauns elements telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanā, kas var radīt papildu ienākumus gan fiksēto līniju, gan mobilo sakaru uzņēmumiem.

Komplektēšana ļauj uzņēmumiem gūt konkurences priekšrocības, jo tā sadala fiksētās izmaksas dažādiem pakalpojumiem un nostiprina klientu lojalitāti, kā arī piesaista jaunus klientus vienotas maksājumu sistēmas,

inovāciju un klientiem un uzņēmumiem piedāvātu atlaižu dēļ (OECD, 2015). Kāds ASV veikts pētījums rāda, ka viens rēķins par visiem pakalpojumiem ir būtisks stimuls, kas veicina klientu vēlmi pāriet pie cita pakalpojumu sniedzēja, salīdzinot ar bezmaksas uzlabojumiem un atlaidēm (Andrews et al., 2010). Tāpat tas var samazināt arī mārketinga izmaksas, jo vairāki produkti tiek reklamēti vienlaikus, un stimulēt cenu diskrimināciju.

Pakalpojumu komplektu veidošana var būt īpaši izdevīga kabeļtīkla operatoriem, jo pakalpojumu komplekti novērš klientu pāriešanu no fiksēto pakalpojumu sniedzējiem pie mobilo sakaru pakalpojumu sniedzējiem (Grzybowski, 2014). Tā kā pieprasījums pēc mobilo savienojamības pieaug, pakalpojumu komplektēšana ļauj kabeļtīkla operatoriem saglabāt fiksētās līnijas klientus, piedāvājot viņiem papildu mobilos pakalpojumus. Neveidojot šādus komplektus, pastāv lielāka iespēja, ka klienti pāries pie mobilo sakaru pakalpojumu sniedzēja. Nesens ekonometrisks pētījums par balsu pieeju, kura ietvaros no 2005. līdz 2011. gadam tika aptaujātas 160 000 māsaimniecības 27 ES valstīs, uzrādīja, ka bez mobilajiem sakariem fiksēto līniju izplatība ES 2011. gada beigās būtu bijusi par 14% augstāka (Grzybowski un Verboven, 2016). Šis rezultāts ir vēl iespaidīgāks Centrāleiropas un Austrumeiropas valstīs.

Fiksēto un mobilo sakaru apvienošana paredz, ka mobilo sakaru operatori pašlaik, visticamāk, neatbalstītu uzņēmumu apvienošanu, jo pieprasījums pēc mobilo pieejas internetam ir augsts. Pašreizējās izmaksas un pakalpojumu kvalitāte norāda, ka klienti vēlas saņemt mobilo savienojumu neatkarīgi no tā, vai tas ir komplektā vai ne. Četrpaku produktu piedāvājums Latvijas tirgū varētu būtiski negatīvi ietekmēt telekomunikāciju uzņēmumus, kas piedāvā tikai mobilos sakarus vai kabeļtīklu operatoru pakalpojumus. Šis apgalvojums ir patiess, pieņemot, ka vēlme maksāt par četrpaku produktu piedāvājumu ir lielāka nekā vēlme maksāt par atsevišķiem kabeļtīklu un mobilo sakaru pakalpojumiem. Ja tā ir, tad sagaidāms kabeļtīklu un nelielu fiksēto sakaru tīklu uzņēmumu apvienošanās vilnis ar neatkarīgiem mobilajiem operatoriem (Vogelsang, 2010). Latvijas kontekstā tā varētu būt, piemēram, *Baltcom*, liela kabeļtīkla operatora, un *Tele2*, mobilo operatora, apvienošanās. 2015. gada 4. novembrī *Tele2* un *Kazakhtelecom*, nozīmīgs fiksēto un mobilo līniju operators Kazahstānā, paziņoja par uzņēmumu apvienošanu (*TELE2*, 2015).

² Satura nodrošinājums nav iekļauts četrpaku piedāvājumā.

³ Izvēles eksperimenta galvenais mērķis ir piedāvāt potenciālajiem klientiem izvēli starp diviem hipotētiskiem produktiem. Varianti ir skaidri aprakstīti, ņemot vērā to īpašības, tiem ir tikai dažādi atšķirīgi parametri, piemēram, cena un kvalitāte. Pētījuma autors tādējādi var izdarīt secinājumus par vēlmi maksāt par kādu produkta īpašību, atkārtoti konfrontējot klientus ar nedaudz mainītiem elementiem.

Akciju tirgus reakcija

Mēs salīdzinājām atsevišķu telekomunikāciju uzņēmumu akciju cenu svārstības 25 dienu laikā (un arī 4,50 un 100 dienu jutības pārbaudē) pirms un pēc paziņojuma par apvienošanos. Mēs aprēķinājām vidējās (noteiktajā laika periodā) akciju cenas uzņēmumiem, kas paziņoja par apvienošanos, un pārbaudījām cenu izmaiņas noteiktajā laika periodā. Tāpat mēs aprēķinājām arī kopējās tirgus indeksa svārstības valstīs, no kurām ir šie uzņēmumi, lai uzzinātu, vai uzņēmuma akciju cenu līmenis ir augstāks nekā vispārējā tendence tirgū. Bijuši arī daži gadījumi, kuros pēc paziņojuma par apvienošanos

uzņēmumi tomēr neapvienojās, jo konkurences iestādes pret to iebilda, parasti nosakot ļoti striktus apvienošanās nosacījumus. Vispārējās tendences un neapvienotu uzņēmumu akciju cenu svārstības var izmantot kā kontroles rādītājus, ar ko var salīdzināt apvienoto uzņēmumu akciju cenas.⁴ Pozitīva cenu starpība starp apvienoto uzņēmumu un vispārējo tendenci liecina, ka tirgus dalībnieki apvienošanos uzskata par veiksmīgu uzņēmuma stratēģiju. Savukārt negatīva starpība liecina par to, ka tirgus neuzskata, ka uzņēmumi no apvienošanās kaut ko iegūs.

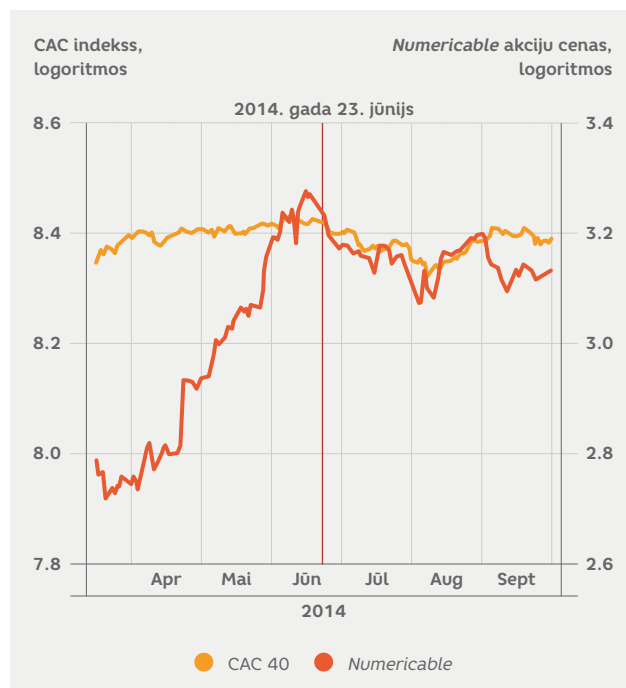
Dati

Šī empīriskā pētījuma nolūkos mēs izvēlējamies paziņojumus par apvienošanos un iegādi, kas notikuši telekomunikāciju nozarē pēdējo 7,5 gadu laikā (no 2010. līdz 2017. gada pirmajai pusei). Mēs izvēlējamies relatīvi īsu laika posmu, jo telekomunikāciju nozares strauji mainīgā tehnoloģiju vide padara senākus apvienošanās gadījumus neatbilstošus, lai analizētu pašreizējo situāciju nozarē. Lai uzlabotu šī pētījuma aktualitāti, mēs izvēlējamies uzņēmumus, kas ir līdzīgi LMT un Lattelecom pēc to darbības jomām. Proti, mēs izvēlējamies uzņēmumus, kas nodrošina un pārdod tādus telekomunikāciju pakalpojumus kā platjoslas, mobilie un fiksētu līniju pakalpojumi. Mēs neapskatījām uzņēmumus, kas galvenokārt nodarbojas ar elektronisku iekārtu ražošanu, programmēšanu vai tikai ar televīzijas pārraidīšanu un saturs veidošanu.

Galvenais informācijas avots par apvienošanās darījumiem ir Eiropas Komisijas datu kopa.⁵ Komisija vērtē visas lielās apvienošanās Eiropas Savienībā potenciālu monopola aizlieguma pārkāpumu dēļ. Katru gadu tiek izvērtēti aptuveni 300 apvienošanās gadījumi dažādās nozarēs. No 2010. līdz 2017. gadam telekomunikāciju nozarē tika noslēgti 70 apvienošanās darījumi, kuru ietvaros apvienojās arī tādi uzņēmumi, kuru pmatdarbība nebija saistīta ar telekomunikācijām. Ņemot vērā, ka telekomunikāciju nozare veido aptuveni 3% no ES IKP, telekomunikāciju uzņēmumu daļa visos apvienošanās gadījumos ir aptuveni proporcionāla nozares IKP daļai. Tātad telekomunikāciju nozarē uzņēmumu apvienošanās nav biežāka nekā citās nozarēs. Šī pētījuma datu kopa ietvēra 23 nozīmīgus telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās gadījumus, kas

Numericable akciju cenu svārstības un CAC 40 indekss 100 dienas pirms un pēc paziņojuma par apvienošanu 2014. gada 23. jūnijā, logaritmos.

1 diagramma



atbilst mūsu analīzes mērķim. Līdz ar to mūsu rīcībā bija visaptveroša ES bāzēto lielo telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās gadījumu izlase.

⁴ Pētījumā tika piemērota atšķirība atšķirībās (*difference-in-differences*) aplēšu metode, kurā tika salīdzinātas atšķirības akciju cenu svārstībās, salīdzinot tās ar apvienotajiem uzņēmumiem un vispārīgajām tendencēm tirgū, un neapvienotajiem uzņēmumiem.

⁵ Eiropas Komisijas izskatīto apvienošanās gadījumu saraksts: <http://ec.europa.eu/competition/elojade/iseff/index.cfm>

OECD, kas sastāv no 22 ES un 13 valstīm, kas nav ES, tipiskais telekomunikāciju operatoru skaits ir vai nu trīs (17 valstīs), vai četri (13 valstīs). Tikai Kanādā, Čīlē, Izraēlā, Polijā un ASV ir vairāk nekā četri operatori.⁶ Pētījumā ietverti 10 jaunākie telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās gadījumi no OECD valstīm ārpus ES (ASV, Austrālija un Norvēģija), kurās akciju tirgi ir pietiekami attīstīti, lai analizē varētu paļauties uz to reakciju. Kopumā mūsu datu kopā ir 33 apvienošanās gadījumi. Lai arī izlase nav izsmeltoša, tā ietver lielu daļu neseno telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanas gadījumu. Visi telekomunikāciju uzņēmumi mūsu izlasē sniedz gan mobilos, gan kabeltīklu operatoru pakalpojumus.⁷

Rezultāti

2. tabulā redzami uzņēmumi un to akciju cenu svārstības procentuāli pret noteikto dienu skaitu pirms un pēc paziņojuma par apvienošanos. Mēs aprēķinājām vidējās akciju un indeksu cenas 4, 25, 50 un 100 dienas pirms un pēc šī datuma. Katram no paziņojumiem par apvienošanos mēs piemērojām laika logu pirms un pēc paziņojuma. Pēc tam mēs aprēķinājām vidējās akciju cenas apvienošanā iesaistītajam vadošajam uzņēmumam

Mēs izmantojām publiski pieejamos datus par vēsturiskām akciju cenām.⁸ 1. diagramma ilustrē vienu datu piemēru, ar kuriem mēs strādājām – uzņēmuma akciju cenu un tirgus indeksu laika sēriju. Diagrammā parādītas Francijas telekomunikāciju uzņēmuma Numericable, kas 2014. gada 23. jūnijā paziņoja par uzņēmuma apvienošanos ar SFR, akciju cenas un CAC 40 Francijas tirgus indekss. Dati ir logaritmiski, lai atvieglotu divu laika posmu salīdzināšanu, jo logaritmiskā skalā divas identiskās procentu maiņas uz skalas ir attēlotas ar to pašu vertikālo distanci neatkarīgi no aktīvu cenas. Var redzēt, ka CAC 40 noteiktajā laika periodā ir relatīvi stabils, salīdzinot ar akciju cenu procentuāli. Analīzē mēs salīdzinām cenu izmaiņas noteiktajā laika periodā procentos.

(pircejam) šajos divos laika posmos. Mēs salīdzinājām akciju cenu rezultātus ar vispārējiem tirgus indeksiem valstīs, no kurām ir pirceji. Ilgāka termiņa salīdzinājums varētu būt mazāk informatīvs, jo iespēja, ka citi faktori ietekmē gan uzņēmuma, gan vispārējā tirgus sniegumu, ir augsta. Mēs dodam priekšroku 25 dienu periodam, taču, lai pārbaudītu rezultātu stabilitāti, mēs veicām aprēķinus arī par citiem laika posmiem.

⁶ Wireless Market Structures and Network Sharing.

⁷ Mēs izvēlējāmies neiekļaut telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanu gadījumus no Austrumeiropas valstīm, kas nav ES, piemēram, Krievija un Ukraina, jo akciju tirgus tajās nav pietiekami attīstīts. Tas neatspoguļo ar apvienošanos saistītās tirgus gaidas tāpat kā Rietumeiropā un Ziemeļamerikā.

⁸ Vēsturiskie akciju tirgus dati ir no yahoo.finance publiski pieejama pakalpojuma.

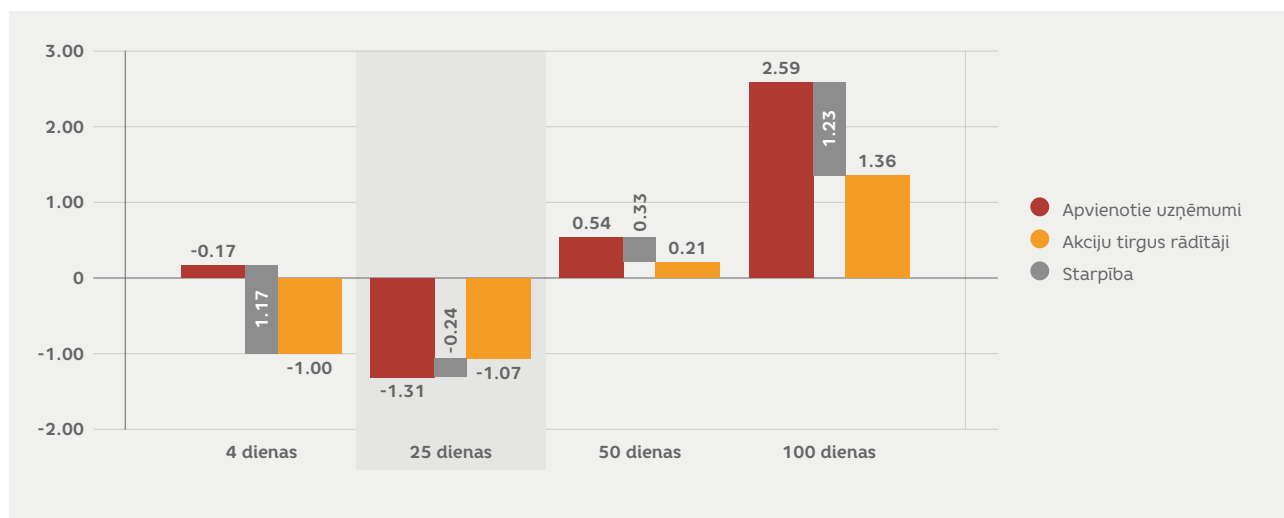
Telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās no 2010. līdz 2016. gadam un akciju cenu svārstības, kā arī vispārējie tirgus rādītāji pirms un pēc paziņojumiem par apvienošanu 2. tabula

#	Apvienošanās (Pirmais uzņēmums ir pircējs)	Apvienošanās valsts	Paziņojuma datums	Akciju cenu svārstības noteiktajā periodā pirms un pēc paziņojuma (%)				Pircēja valsts	Valsts indekss	Indeksa maiņa noteiktajā periodā pirms un pēc paziņojuma (%)			
				4 dienas	25 dienas	50 dienas	100 dienas			4 dienas	25 dienas	50 dienas	100 dienas
1	TeliaSonera un TELE2	Norvēģija	2014. gada 7. jūlijs	0.67	4.04	3.37	4.95	Zviedrija	OMX Stockholm 30	-1.40	-0.05	-1.14	0.95
2	Orange un Jazztel	Spānija	2014. gada 16. septembris	-0.05	-2.68	-3.67	0.83	Francija	CAC 40	0.49	-1.30	-2.06	-3.07
3	BT un EE	Apvienotā Karaliste	2014. gada 15. decembris	-0.21	-0.26	5.31	11.55	Apvienotā Karaliste	FTSE AIM UK 50	-1.46	-2.79	-0.51	2.07
4*	AT&T un T-Mobile	ASV	2011. gada 11. marts	-0.19	2.13	5.59	5.06	ASV	S&P 500	-0.97	-1.44	0.33	2.67
5	Verizon un Vodafone	ASV	2013. gada 2. septembris	-1.20	-1.40	-3.94	-1.93	ASV	S&P 500	0.36	1.48	0.78	4.91
6	Telefonica Deutschland un E-plus	Vācija	2013. gada 23. jūlijs	-2.85	-3.57	-4.98	-3.83	Vācija	DAX	-0.09	2.83	2.63	5.19
7	Vodafone un Kabel Deutschland	Apvienotā Karaliste	2013. gada 24. jūnijs	1.68	-0.27	0.20	5.41	Apvienotā Karaliste	FTSE AIM UK 50	-0.56	-0.37	-0.91	0.60
8**	Hutchison 3G un O2	Apvienotā Karaliste	2015. gada 24. marts	-2.27	-1.81	-1.24	-0.02	Honkonga	HIS	-0.17	7.04	10.18	12.23
9	AT&T un DirecTV	ASV	2014. gada 18. maijs	-0.85	-10.57	-11.27	-0.89	ASV	S&P 500	-0.02	1.86	3.37	4.75
10	Telenor, Globus, Germanos	Grieķija	2013. gada 15. aprīlis	1.21	1.13	1.44	-1.97	Norvēģija	OMX Oslo 20 PI	0.67	-0.22	1.17	1.82
11	Vodafone un Belcompany	Nīderlande	2011. gada 22. marts	-1.13	0.57	-0.45	-0.81	Apvienotā Karaliste	FTSE AIM UK 50	0.94	1.39	0.51	-0.67
12	Hutchison 3G un Orange	Austrija	2012. gada 3. februāris	3.90	6.79	8.95	12.03	Honkonga	HIS	1.65	6.34	10.09	9.80
13*	Telstra un Adam Internet	Austrālija	2012. gada 25. oktobris	0.74	4.35	8.45	12.09	Austrālija	S&P/ASX 200	-0.6	-0.55	0.84	5.33
14	TPG un linet	Austrālija	2015. gada 13. marts	13.52	19.43	25.67	29.02	Austrālija	S&P/ASX 200	0.17	-0.02	1.96	3.61
15	Vodafone un CWW	Apvienotā Karaliste	2012. gada 29. maijs	-0.47	-0.04	0.78	3.65	Apvienotā Karaliste	FTSE AIM UK 50	-0.23	-0.31	-1.44	-1.89
16	Telefonica, Vodafone, EE	Apvienotā Karaliste	2012. gada 6. marts	-0.12	2.99	4.50	-0.07	Spānija	IBEX 35	-2.20	-3.66	-8.40	-14.81
17	Vodafone un ONO	Spānija	2014. gada 17. marts	0.90	-7.62	3.45	-9.39	Apvienotā Karaliste	FTSE AIM UK 50	0.43	-2.13	-0.62	0.85
18	Liberty Global un Ziggo	Nīderlande	2014. gada 14. marts	-0.17	-36.86	-44.29	-47.02	Apvienotā Karaliste	FTSE AIM UK 50	-1.46	-2.45	-0.75	0.82
19	Liberty Global un Virgin Media	Apvienotā Karaliste	2013. gada 6. februāris	-2.63	-2.82	5.96	16.42	Apvienotā Karaliste	FTSE AIM UK 50	-0.37	1.59	4.49	7.37
20*	TeliaSonera un Telenor	Dānija	2015. gada 27. februāris	1.00	1.57	2.20	0.922	Zviedrija	OMX Stockholm 30	0.25	2.53	6.78	9.49
21	Deutsche Telekom un GTS	Vācija	2014. gada 11. marts	-0.28	-4.25	-4.00	-0.34	Vācija	DAX	-1.37	-2.30	-1.06	1.68
22	Altice un PT Portugal	Portugāle	2015. gada 5. marts	1.86	18.42	31.05	53.91	Portugāle	FTSE Portugal 20 ETF	-22.65	-23.08	-4.43	2.46
23	Liberty Global un Base	Beļģija	2015. gada 17. augusts	0.50	-11.26	-11.02	-13.89	Apvienotā Karaliste	FTSE AIM UK 50	-0.79	-6.53	-7.60	-7.78
24	Numericable un SFR	Francija	2014. gada 23. jūnijs	-2.80	-4.93	2.48	18.06	Francija	CAC 40	-0.86	-2.66	-3.33	-2.10
25	AT&T un Nextwave	ASV	2014. gada 2. jūnijs	0.49	3.65	4.26	6.07	ASV	S&P 500	-0.81	3.15	4.80	5.93
26	Equinix un Telecitygroup	ASV	2015. gada 29. maijs	1.30	-0.65	2.07	10.00	ASV	S&P 500	-0.17	-0.50	-0.57	-1.09
27	Telefonica un DTS	Spānija	2014. gada 8. maijs	-0.49	-0.01	-0.58	2.54	Spānija	IBEX 35	0.54	1.86	4.54	5.30
28	Vodafone un Vodafone Omnitel	Nīderlande	2013. gada 30. septembris	1.48	1.03	10.15	16.22	Apvienotā Karaliste	FTSE AIM UK 50	-1.09	-0.91	1.27	1.84
29	Hutchison 3G un Telefonica	Īrija	2013. gada 1. oktobris	-1.62	-0.84	-2.04	-18.35	Honkonga	HIS	0.44	0.11	2.20	5.90
30	Vimpelcom and Hutchinson 3G	Itālija	2015. gada 6. augusts	-2,63	-3,42	-6,23	-19,81	Nīderlande	AEX	0,04	-6,14	-7,79	-8,01
31	CenturyLink and Level 3	ASV	2016. gada 31. oktobris	-15,68	-12,31	-11,94	-13,53	ASV	S&P 500	-1,54	0,47	2,07	3,23
32	Telia and Phonero	Norvēģija	2016. gada 7. novembris	-0,99	-7,32	-7,13	-6,65	Zviedrija	OMX Stockholm 30	1,89	1,39	3,53	6,20
33	United Internet and Drillisch AG	Vācija	2017. gada 12. maijs	11,72	15,02	17,45	23,04	Vācija	DAX	0,46	1,87	3,27	3,62

Piezīmes: *: atteikta vai aizliegta apvienošanās, **: notiekoša apvienošanās.

Akciju cenu svārstības pirms un pēc paziņojuma par apvienošanas, %

3. tabula



3. tabula uzrāda neviennozīmīgu ainu, jo apvienošanās ietekme atšķiras dažādos laika periodos. Divdesmit piecu dienu periodā vidējās apvienošanās iesaistīto telekomunikāciju uzņēmumu akciju cenas samazinājās par 1,31%, turpretim akciju tirgus indeksi vidēji samazinājās par 1,07%. Šī atšķirība norāda, ka kopumā tirgi negatīvi attiecas pret apvienošanas, jo negatīvā starpība 0,24% norāda, ka apvienošanās rezultāti ir sliktāki nekā vidējie rezultāti tirgū. Taču īsākos un ilgākos periodos rezultāti ir pretēji. Tāpat rezultāti atšķiras, ja tiek ietverti vai izslēgti atsevišķi

ietekmīgi novērojumi. Piemēram, Altice un PT Portugal apvienošanās uzrāda pozitīvu 25 dienu aplēsi. Mēs neesam norādījuši statistiski nozīmīgu aplēsi, ņemot vērā nelielo analizēto izlasi.

Vidēji aptuveni pusē no apvienošanās gadījumiem uzrādītie rezultāti bija labāki nekā tirgū kopumā: 25 dienu periodam tie ir 18 no 33 gadījumiem, ilgākam laika periodam savukārt tie bija 16 no 33 gadījumiem. Tas, protams, norāda, ka otra daļa uzrāda sliktākus rezultātus nekā tirgus kopumā.

Akciju cenu izmaiņas pirms un pēc paziņojuma par ES uzņēmumu apvienošanas, %

4. tabula



Interesanti, ka izejas dati parāda, ka kopumā apvienotie uzņēmumi pirms paziņojuma uzrādīja labus rezultātus, salīdzinot ar vispārējām tirgus tendencēm. Tas liecina par to, ka augoši uzņēmumi ierosina apvienošanu kā veidu to izaugsmes turpmākai uzlabošanai, nevis grūtībās esoši uzņēmumi ar apvienošanu cenšas uzlabot sliktus rezultātus.

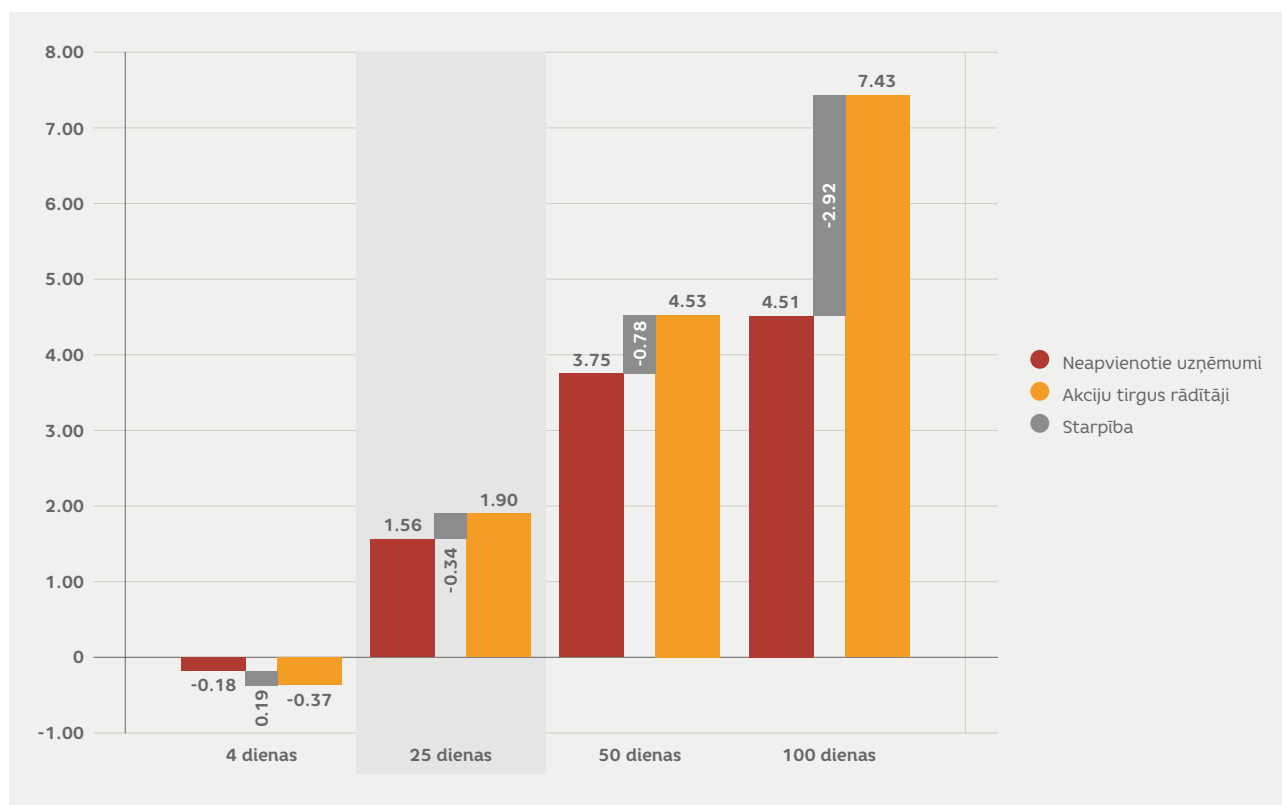
Mēs veicām dažas jūtības pārbaudes, lai saprastu, vai rezultāti saglabājas tādi paši, ja analizētā uzņēmumu grupa ir cita. Piemēram, 4. tabula uzrādīti tikai ES apvienotu

uzņēmumu rezultāti. Apvienošanās rezultāti vairs nav tik stabili: 25 dienu periodā peļņa ir negatīva, turpretim citos laika periodos tā paliek pozitīva, taču nav tik stabila.

Mēs pārbaudījām arī gadījumus, kuros apvienošanās nenotika, taču šādu gadījumu skaits bija neliels, turklāt visi uzņēmumi, izņemot vienu, atraadās ārpus ES, tāpēc vērtējot šos rezultātus jābūt piesardzīgiem. Analīze rāda, ka neapvienotu uzņēmumu rezultāti bija labi uzreiz pēc paziņojuma, taču jau pēc 25 dienām peļņa ir negatīva, un tāda tā saglabājas arī pēc 50 un 100 dienām.

Akciju cenu svārstības pirms un pēc paziņojuma par apvienošanu, kas vēlāk tika atcelts, %

5 tabula



Kopumā akciju tirgus reakcijas analīze uzrāda telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanu pozitīvu ietekmi uz uzņēmumu akciju cenām. Lai arī šie rezultāti mainās, pievienojot vai izslēdzot noteiktus novērojumus,

un svārstības analizētajā periodā. Tāpēc nav iespējams secināt, ka pastāv pārliecinoši pierādījumi, ka apvienošanās uzlabo kotētu telekomunikāciju uzņēmumu rezultātus.

Konkurences iestādes

Konkurences novērtēšanas nolūkam vispirms jāidentificē tirgi, kurus apvienošanās var ietekmēt. Lai arī identificēt attiecīgo tirgu ir konkurences iestādes uzdevums, parasti tas tiek veikts ar SSNIP (*Small but Significant and Non-transitory Increase in Price*) testa palīdzību. LMT un Lattelecom gadījumā tas, visticamāk, iekļaus televīzijas,

mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības mobilos pakalpojumus, mobilo tīklu un mazumtirdzniecības un vairumtirdzniecības kabeļu platjoslas tirgu. Tad jāierosina aizsardzības līdzekļi vai apvienošanās nosacījumi, kas var atjaunot konkurenci.

Apvienošanās ietekme uz konkurenci

Komplektēšana var radīt dažādu produktu atkarību vienam no otra un var ietekmēt konkurenci tirgos, kuri pirms tam darbojušies atsevišķi. Pētījumi rāda, ka klienti jau pašlaik uztver kabeļtīklus un mobilo platjoslu pakalpojumus kā aizstājējus (Srinuan et al., 2012). Tātad iespējama TV un mobilo pakalpojumu komplekšana var radīt vairākus izaicinājumus.

1. Lielu telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās var palielināt izmaksas, kas, ienākot tirgū, rodas jaunam, patstāvīgam uzņēmumam (OECD, 2015). Ja tipisks pakalpojumu komplekts ietver trīs vai četrus pakalpojumus, tas var padarīt ienākšanu noteiktā tirgū (piemēram, mobilā platjoslas tirgū) pārlietu dārgu jaunam, patstāvīgam uzņēmumam.
2. Veidojot komplektus no produktiem, kuri atsevišķi tiek piedāvāti tirgos ar dažādu konkurences pakāpi, apvienotais uzņēmums var iegūt motivāciju uzsākt agresīvu konkurenci ar pārējiem tirgus dalībniekiem, šķērsfinansējot dažādos pakalpojumus. Proti, ja uzņēmumi saskaras ar spēcīgu konkurenci vienā tirgū, taču citā tirgū pastāv izteikts tirgus līderis ar plašu ietekmi tirgū, komplektējot divus produktus, līderis var piedāvāt būtiskas atlaides abiem produktiem. Tas izslēgtu konkurentus no tirgus un ierobežotu konkurenci.
3. Dominējoša uzņēmuma ierobežota pieeja komplektētu preču resursiem (piemēram, TV vai kabeļtīkli) var kropļot konkurenci citos tirgos (piemēram, mobilajā), jo pakalpojumu sniedzēji nav spējīgi izveidot līdzīgu komplekta piedāvājumu (BEREC, 2010). Šādi ierobežojumi drīzāk identificējami vairumtirdzniecības tirgos.

Konkurences iestādēm jāizvērtē, vai tirgū pastāvēs pret konkurenci vērsta darbība, salīdzinot potenciālu apvienošanās ar tirgus situāciju, kurā abi uzņēmumi turpina strādāt neatkarīgi.

Ārzemju telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās gadījumi var sniegt informāciju par to, cik liela ir iespējamība, ka šāda apvienošanās mazinās vai nemazinās konkurenci. Galvenais uzdevums ir noteikt, cik lielā mērā apvienošanās rezultātā izmainās abu uzņēmumu darbību ietekmējošie stimuli.

Pašlaik LMT un Lattelecom fokusējas uz dažādiem telekomunikāciju tirgus segmentiem. Ja tiks apstiprināts, ka pašreizējā konkurence tirgos ir pietiekami stipra, tad, iespējams, apvienošanās tieši neietekmēs šos tirgus. Taču četru produktu komplekta piedāvājums rada jaunu savstarpēju atkarību starp tirgiem un netieši ietekmē konkurenci tajos. Citu tirgus uzņēmumu spēja atveidot produktu komplektus ir konkurētspējīgas vides priekšnosacījums (BEREC, 2010). Tātad būtiskas bažas var radīt uzņēmumu iespējas ierobežot savu konkurentu darbību, t.i., liegt pieeju savai infrastruktūrai. Šādi ierobežošanai gan vairumtirdzniecības, gan mazumtirdzniecības līmenī vajadzētu būt aizliegtai ar likumu. Pieeja infrastruktūrai jānodrošina par saprātīgu cenu. Cenu iespējams noteikt saskaņā ar konkurences iestāžu izstrādātajiem noteikumiem. Līdzīgu vienošanos ierosinājusi Apvienotās Karalistes Konkurences un tirgu iestāde (2016), kas nesen apstiprināja divu telekomunikāciju uzņēmumu – BT group un EE – apvienošanos. Līdzvērtīgu pieejas tiesību nodrošināšana uzņēmumu tīkliem (vienāda produktu un pakalpojumu pieejamība, vienāds laika posms, noteikumi, vienāda uzticamība utt.) bija būtiska, lai šī apvienošanās tiktu apstiprināta. Šādi noteikumi nodrošinātu, ka citi uzņēmumi var piedāvāt četru produktu komplektu, ja tirgus apstākļi tam ir piemēroti.

Potenciāla pieprasījuma pēc četru produktu komplekta piedāvājuma ieviešana uzlabos labklājību, jo jaunais uzņēmums piedāvās jaunu pakalpojumu. Taču neatbildēts ir jautājums, vai šāds pakalpojums varētu tikt piedāvāts arī citādā situācijā.

Teorētiski pastāv divas iespējas – vai nu tiek apvienoti citi mobilo un kabeltīklu telekomunikāciju uzņēmumi, vai arī divi neatkarīgi uzņēmumi apvieno spēkus, lai piedāvātu šo pakalpojumu, paliekot neatkarīgi. Pirmajā gadījumā gandrīz visi šajā ziņojumā apskatītie aspekti atbilst hipotētiskajai situācijai.

Stratēģiskas partnerības vai apvienības izveidošana ir vēl viens variants, kā uzņēmumi var piedāvāt četru produktu

komplekta piedāvājumu. Itāļu mobilais un kabeltīklu platjoslas operators *Telecom Italia* un televīzijas pakalpojumu piedāvātājs *Sky* izveidoja šādu partnerību 2015. gadā. Viņi bija pirmie, kas Itālijas tirgū piedāvāja četru produktu komplekta piedāvājumu. Vēl nav iespējams viennozīmīgi pateikt, vai apvienības piedāvātā cena, kvalitāte un segums atbilst pakalpojumu īpašībām, ko sniedz apvienotais uzņēmums, un kuram no tiem tiek dota priekšroka.

Konkurences iestāžu reakcija

Konkurences iestādes cieši uzrauga tirgus, kuros dominē tikai daži uzņēmumi. Jebkuras būtiskas izmaiņas tirgus struktūrā, piemēram, uzņēmumu apvienošanās vai iegāde neapšaubāmi piesaista iestāžu uzmanību, un parasti iestādes tiek uzskatītas par veidu, kā pārvaldīt tirgus dalībniekus. Eiropas Savienībā pastāv divu līmeņu uzraudzības sistēma. Vietējās iestādes katrā no ES dalībvalstīm uzrauga un regulē mazus uzņēmumus, ES konkurences iestāde, ko vada Eiropas Komisija, uzrauga uzņēmumus, kam pieder liela tirgus daļa un kas sasnieguši augstus apgrozījuma rādītājus. Bieži šādi uzņēmumi darbojas vienlaicīgi vairākās ES valstīs, tāpēc starptautisks regulators atrodas labākos apstākļos, lai novērtētu iespējamās apvienošanās sekas.

Pastāv noteikumi, kas nosaka, kādos apstākļos konkrēto apvienošanas apskata ES iestādes.⁹ Komisija parasti pārbauda apvienošanās, kurās iesaistīti uzņēmumi ar lielu apgrozījumu. Atbilstoši pirmajam priekšnosacījumam apvienotajiem uzņēmumiem nevajadzētu sastādīt divas trešdaļas apgrozījuma vienā un tajā pašā ES dalībvalstī. Papildus jārealizējas vienam no sekojošajiem diviem būtiskākajiem priekšnosacījumiem:

1.
 - a. Kopējais apvienoto uzņēmumu starptautiskais apgrozījums ir vairāk nekā 5 000 miljoni eiro, un
 - b. Katra no vismaz diviem uzņēmumiem apgrozījums ES pārsniedz 250 miljonus eiro.
2.
 - a. Kopējais visu apvienoto uzņēmumu apgrozījums ir vairāk nekā 100 miljoni eiro katrā no vismaz trīs ES dalībvalstīm, un
 - b. Visu apvienoto uzņēmumu kopējais starptautiskais apgrozījums ir vairāk nekā 2 500 miljoni eiro, un

- c. Katra no apvienošanā iesaistītajiem uzņēmumiem attiecīgajās ES dalībvalstīs apgrozījums pārsniedz 25 miljonus eiro,
- d. Katra no apvienošanā iesaistītajiem uzņēmumiem apgrozījums ES ir vairāk nekā 100 miljoni eiro.

Lattelecom un LMT apvienošanās vērtētu Konkurences padome (Latvijas konkurences iestāde). Taču izņēmuma gadījumos pēc uzņēmumu vai dalībvalstu pieprasījuma vietējās un Eiropas Savienības konkurences iestādes var nodot lietas viena otrai. Ja augstāk minētie priekšnosacījumi izpildās, gan Eiropas Komisijai, gan Latvijas Konkurences padomei ir jāseko iepriekš noteiktam pārbaudes procesam. Pēc tam, kad uzņēmumi ir paziņojuši par vēlmi apvienoties un informējuši iestādes, komisija sāk vienkāršotu pārbaudi vai 1. posma pārbaudi. Šis pārbaudes veids tiek izvēlēts, ja apvienotā tirgus daļa jebkurā no tirgiem, kuros apvienotie uzņēmumi darbojas, ir zem 15% vai 25% vertikāli saistītos tirgos. Pārējos gadījumos tiek veikta pilna pārbaude vai 2. posma pārbaude. Abas pārbaudes var saturēt informācijas pieprasījumu no apvienotajiem uzņēmumiem un trešajām personām, lai identificētu viņu viedokļus par apvienošanas un vispārējiem nosacījumiem konkurencei tirgū.

Šādu pārbažu rezultāts ir vai nu apvienošanās atļauja, vai apvienošanās nosacījumu (pasākumu konkurences saglabāšanai) piemērošana. Šādus nosacījumus parasti ierosina uzņēmumi, un iestādei tie jāapstiprina. Pastāv dažādi apvienošanas nosacījumu veidi, kas parasti tiek piemēroti, lai koriģētu apvienotā uzņēmuma ietekmi tirgū, kas radusies telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās dēļ. Pēdējo sešu gadu laikā Eiropas Savienības konkurences iestādes nav aizliegušas telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanas, turpretim ASV iestādes dažkārt ir izmantojušas savas tiesības aizliegt apvienošanas.

⁹ Eiropas Komisijas izstrādātās vadlīnijas apvienošanās novērtēšanas procesam pieejamas: http://ec.europa.eu/competition/mergers/procedures_en.html.

Mēs apskatījām apvienošanās mūsu datu kopā, kas ir minētas 2. tabulā. Par katru apvienošanās gadījumu sniegta informācija, kas ietver uzņēmuma nosaukumu, valsti un datumu, kurā izteikts publisks paziņojums par apvienošanos. Saistībā ar gandrīz katru paziņojumu vēlāk tiek iesniegts konkurences iestādes ziņojums par to, vai apvienošanās tiek apstiprināta vai arī ir nepieciešama padziļināta pārbaude. Mēs apkopojām informāciju par šādiem ziņojumiem, t.i. paziņojuma datumu un tā saturu.

ASV iestādes noraidīja trīs apvienošanās priekšlikumus. Šajos gadījumos apvienošanās nosacījumi bija pārāk

ierobežojoši, lai uzņēmumi turpinātu apvienošanās procesu. Kopumā Eiropas Komisijas vēsturē ir ļoti maz neapvienošanās gadījumu (mazāk nekā 2% kopumā visās nozarēs), jo uzņēmumi paredz publisko iestāžu reakciju uz apvienošanos un par to neziņo, pirms ir gatavi izpildīt nosacījumus. Uzņēmumi nolēma atcelt vienu apvienošanos. 6. tabulā sniegts telekomunikāciju uzņēmumu saraksts, kam tika piemēroti valsts konkurences iestāžu nosacījumi. Pārējie 17 apvienošanas gadījumi, kas sastāda gandrīz 60%, tika akceptēti bez nosacījumiem. 7. tabula sniegta detalizēta informācija par šiem nosacījumiem.

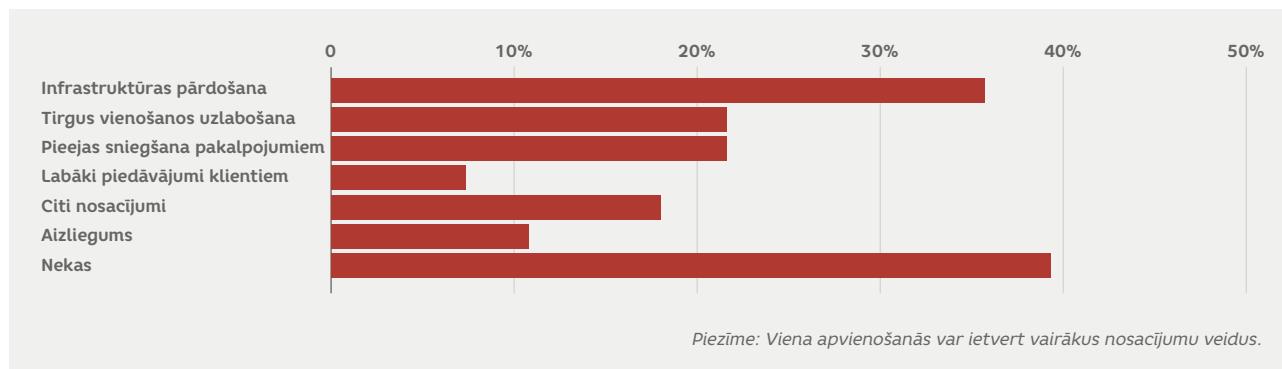
Telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās saraksts, kam konkurences iestādes piemēroja apvienošanas nosacījumus

6. tabula

#	Apvienošanās	Valsts	Apvienošanās paziņojuma datums	Konkurences iestāde	Apvienošanās nosacījumu paziņošanas datums
1	TeliaSonera un TELE2	Norvēģija	2014. gada 7. jūlijs	Norvēģija	2015. gada 2. februāris
2	Orange un Jazztel	Spānija	2014. gada 16. septembris	ES	2015. gada 19. maijs
3	Telefonica Deutschland un E-plus	Vācija	2013. gada 23. jūlijs	ES	2014. gada 2. jūlijs
4	AT&T un DirectTV	ASV	2014. gada 18. maijs	ASV	2015. gada 28. jūlijs
5	Vodafone un Belcompany	Nīderlande	2011. gada 22. marts	Nīderlande	2011. gada 18. jūlijs
6	Hutchison 3G un Orange	Austrija	2012. gada 3. februāris	ES	2012. gada 12. decembris
7	Liberty Global un Ziggo	Nīderlande	2014. gada 14. marts	ES	2014. gada 10. oktobris
8	Altice un PT Portugal	Portugāle	2015. gada 5. marts	ES	2015. gada 20. aprīlis
9	Liberty Global un Base	Beļģija	2015. gada 17. augusts	ES	2016. gada 4. februāris
10	Numericable un SFR	Francija	2014. gada 23. jūnijs	Francija	2014. gada 27. oktobris
11	Telefonica un DTS	Spānija	2014. gada 8. maijs	Spānija	2015. gada 28. aprīlis
12	Hutchison 3G un Telefonica	Īrija	2013. gada 1. oktobris	ES	2014. gada 28. maijs

Konkurences iestāžu apvienošanās nosacījumu veidi, procentuāli no kopējā apvienošanās skaita (analizētajā paraugā)

2. diagramma



2. diagramma parādīti dominējošie nosacījumi mūsu apskatītajā izlasē. Tīkla infrastruktūras pārdošana ir visbiežāk piemērotais nosacījums. Tas tika piemērots 36% no visiem apvienošanās gadījumiem. Piemēram, *TeliaSonera* un *TELE2* apvienošanās gadījumā Norvēģijā 2015. gadā (uzņēmumu tirdzniecības daļas bija attiecīgi 23% un 19%) apvienotie uzņēmumi piekrita pārdot daļu no esošās infrastruktūras un tīkla jaunajam tirdzniecības dalībniekam *ICE*. Norvēģijas Konkurences iestāde sākumā noraidīja šo divu mobilo operatoru apvienošanu, jo regulators baidījās, ka operatoru skaita samazināšanās no trīs uz diviem „kaitētu konkurences klimatam”. Taču *ICE* tika piedāvāti apvienošanās nosacījumi, kas nodrošināja jaunajam operatoram nepieciešamo infrastruktūru un klientu bāzi, kas ļāva uzņēmumam piedāvāt pilnu mobilo pakalpojumu klāstu. Līdzīgi tajā pašā gadā Spānijā *Orange* piekrita pārdot FTTH tīklu uzņēmuma konkurentiem piecās lielākajās Spānijas pilsētās, lai uzturētu augstu konkurences līmeni.

Līguma ar citiem tirdzniecības dalībniekiem pārtraukšana, pagarināšana vai labošana ir vēl viens bieži piemērots līdzeklis. *TeliaSonera* piekrita noslēgt viesabonēšanas un pakalpojumu līgumu ar *ICE*. *ASV* uzņēmumam *AT&T* bija jāatklāj „savienojamības” vienošanās ar citiem telekomunikāciju pakalpojumu sniedzējiem, lai konkurences iestādes varētu garantēt, ka līgumi nav nepamatoti. *Telefonica Deutschland* bija jāpagarina esošie vairumtirdzniecības līgumi ar pakalpojumu

sniedzējiem pēc tā apvienošanas ar *E-Plus*. Dažkārt uzņēmumi piekrīt sniegt pieeju to tīkliem, pakalpojumiem un nodrošina konkurentiem vairumtirdzniecības piedāvājumus ar labvēlīgiem nosacījumiem. Piemēram, *Numericable* atvēra savu kabeļtīklu konkurentiem, piedāvājot fiksētus platjoslas pakalpojumus.

Dažos gadījumos uzņēmumiem jāpilda speciāli tiem izstrādāti nosacījumi. Piemēram, *Numericable* piekrita neatklāt stratēģiski būtisku komerciālu informāciju *Vivendi*, kas ir uzņēmuma mātes sabiedrība, ar kuru bija plānota apvienošanās Francijā. Tas saistīts ar to, ka abi uzņēmumi *Numericable* un *Vivendi* joprojām ir konkurenti citos tirgos. Savukārt *AT&T* apņēmas izbūvēt optiskās šķiedras tīklu uz skolām un bibliotēkām, kas var izmantot valsts subsidēto platjoslas internetu.

Vairumā gadījumu Eiropas konkurences iestādes nenoraida telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās piedāvājumus. Tās piemēro apvienošanās nosacījumus, lai novērstu iespējamu ietekmes tirgū pieaugumu. Visbiežāk piemērotais nosacījums ir daļas no uzņēmumam piederošās infrastruktūras pārdošana konkurentiem, tam seko tirdzniecības vienošanās ar citiem tirdzniecības dalībniekiem koriģēšana un nosacījums, ka apvienotajam uzņēmumam citiem tirdzniecības dalībniekiem ir jānodrošina pieeja noteiktiem pakalpojumiem.

#	Uzņēmuma infrastruktūras pārdošana	Izmaiņas līgumos ar citiem tirgus dalībniekiem	Pieeja uzņēmuma tīklam un pakalpojumiem	Attiecības ar klientiem	Citi nosacījumi
1	<ol style="list-style-type: none"> Infrastruktūras pārdošana jaunam tirgus dalībniekam ICE. Uzņēmuma <i>Network Norway</i> klientu bāzes, izplatīšanas tīkla un frekvenču pārdošana ICE. Trīs <i>Tele2</i> veikalu pārdošanas piedāvājums ICE. 	<ol style="list-style-type: none"> Viesabonēšanas un pakalpojuma sniedzēja vienošanās ar ICE. 	<ol style="list-style-type: none"> Apņemšanās piedāvāt mobilo sakaru operatora pieeju Norvēģijas mobilo sakaru operatoriem. 		
2	<ol style="list-style-type: none"> FTTH tīkla pārdošana piecās lielākajās Spānijas pilsētās. Pieejas ADSL tīklam pārdošana par noteiktu cenu. 		<ol style="list-style-type: none"> Orange sniedz pieeju tās mobilajam tīklam ar izdevīgiem nosacījumiem. 		
3	<ol style="list-style-type: none"> 30% tīkla kapacitātes pārdošana mobilo sakaru operatoram Vācijā ar fiksētiem maksājumiem. Radio viļņu spektra un konkrētu aktīvu pārdošana mobilo sakaru operatoram(-iem). 	<ol style="list-style-type: none"> Pagarināt esošos vairumtirdzniecības līgumus ar uzņēmumu <i>Telefónica</i> un <i>E-Plus</i> partneriem. 	<ol style="list-style-type: none"> Piedāvāt vairumtirdzniecības 4G pakalpojumus visiem turpmākajiem interesentiem. 		<ol style="list-style-type: none"> Uzlabot vairumtirdzniecības partneru iespējas pārslēgt klientus no viena mobilo sakaru operatora uz citu.
4		<ol style="list-style-type: none"> „Savienojamības” vienošanās atklāšana, lai FCC var nodrošināt, ka tā nav nepamatota. 		<ol style="list-style-type: none"> Paplašināt FTTH tīklu līdz 12,5 miljoniem klientu. Platjoslas internets ar atlaidi lietotājiem ar zemiem ienākumiem. 	<ol style="list-style-type: none"> Izveidot optiskās šķiedras tīklu skolās un bibliotēkās par subsidētām cenām. Apņemties izturēties pret visiem ienākošajiem video vienādi.
5					<ol style="list-style-type: none"> Apbūsi pārtraukt pārdot mobilo telefonu plānus ar konkurentiem.
6	<ol style="list-style-type: none"> Radio spektra un papildu tiesību pārdošana jaunam Austrijas mobilo sakaru tirgus dalībniekam. 		<ol style="list-style-type: none"> Sniegt pieeju tīklam līdz 30% no tā kapacitātes mobilo sakaru tīklu operatoriem nākamos 10 gadus. 		
7	<ol style="list-style-type: none"> <i>Liberty Global</i> apņemas pārdot tās <i>Film 1</i> kanālu trešajai personai. 	<ol style="list-style-type: none"> Atļaut raidorganizācijām piedāvāt savus kanālus un saturu, izmantojot OTT pakalpojumus, vismaz 8 gadus. 			<ol style="list-style-type: none"> Saglabāt atbilstošu savienojamības kapacitāti, izmantojot vismaz trīs nenoslogotas līnijas.
8	<ol style="list-style-type: none"> Portugāļu meitasuzņēmumu <i>Cabovisão</i> un <i>ONI</i> pārdošana. 				
9	<ol style="list-style-type: none"> <i>Mobile Vikings</i>, mobilo sakaru tīkla operators, kas lieto <i>BASE</i> tīklu, akciju pārdošana Beļģijas raidorganizācijai <i>Medialaan</i>. Daļas no <i>BASE</i> klientu bāzes nodošana <i>Medialaan</i>. 				
10	<ol style="list-style-type: none"> Biznesa operatora meitas uzņēmuma <i>Completel</i> vara kabeļu tīkla pārdošana. <i>Outremer Telecom</i>'s mobilo biznesu pārdošana salās <i>Reunion</i> un <i>Mayotte</i> 	<ol style="list-style-type: none"> <i>Numericable</i> jārespektē <i>SFR</i> šķiedras sadalīšanas vienošanās ar <i>Bouygues Telecom</i> un aizliegums bloķēt <i>Orange</i> šķiedras lietošanu vietās, kas agrākā norunā ir rezervētas <i>SFR</i>. 	<ol style="list-style-type: none"> Piedāvāt pieeju bitu plūsmai un sniegt biznesa operatoriem vairumtirdzniecības pieeju lokālajam šķiedras līnijai. <i>Numericable</i> atvērs savu kabeļu tīklu <i>Orange</i>, <i>Bouygues Telecom</i>, <i>Free</i> un mobilo sakaru tīklu operatoriem, piedāvājot fiksētu platjoslu pakalpojumus. 		<ol style="list-style-type: none"> Nenodot stratēģisku komerciālu informāciju <i>Vivendi</i> tirgos, kuros šie uzņēmumi konkurē.
11			<ol style="list-style-type: none"> <i>Telefónica</i> piedāvās konkurentiem vairumtirdzniecības pakalpojumus, ieskaitot 100%no visiem premium klases kanāliem. 	<ol style="list-style-type: none"> Garantēt, ka tā līnijas un iekārtas ļauj klientiem lietot konkurentu pakalpojumus ierastā veidā. <i>Telefónica</i> apņemas nekavēt klientus, kas vēlas pāriet pie kāda no konkurentiem. 	
12	<ol style="list-style-type: none"> Vismaz 30% apvienotā uzņēmuma tīkla kapacitātes pārdošana diviem operatoriem par fiksētu samaksu. Pārdot piecus spektrus 900 MHz, 1800 MHz un 2100 MHz frekvenču joslā. 	<ol style="list-style-type: none"> Piedāvāt <i>Eircom</i> turpināt tīkla koplietošanas līgumu ar uzlabotiem nosacījumiem. 			

Secinājumi

Telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās piesaista gan sabiedrības, gan valsts uzmanību. Telekomunikāciju nozare parasti ir ļoti koncentrēta. Valstīs bieži darbojas tikai trīs vai četri pakalpojumu sniedzēji, tāpēc divu uzņēmumu apvienošanās būtiski ietekmē tirgus struktūru. Pastāv bažas, ka jaunizveidotais uzņēmums var mainīt ietekmes sadalījumu tirgū. Optimisti savukārt norāda uz apvienošanās potenciālajiem ieguvumiem, piemēram, spēcīgākiem apjomradītiem ietaupījumiem. Šajā pētījumā mēs apskatījām iespējamās apvienošanās rezultātus un veicām empīriskus novērtējumus.

Nozares literatūrā netiek atklāti efektivitātes ieguvumi, ko piedzīvojuši nesen apvienoti telekomunikāciju uzņēmumi. Telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās nesamazina izmaksas un nepalielina produktivitāti, tāpēc, visticamāk, apvienošanās nebūs sociāli pozitīva, vērtējot to tikai ņemot vērā produktivitātes ieguvumus. Tomēr nesen pētījumi šajā nozarē rāda, ka pastāv potenciāls pieprasījums pēc telekomunikāciju piedāvājuma, kas ietver četrus produktus ar (kabeļu un mobilā platjosla, televīzija un telefonsakari). Šī piedāvājuma ieviešana būtu sociāli vēlama, un tā varētu attaisnot uzņēmumu apvienošanās. Saistībā ar šo jautājumu jāveic papildu analīze.

Akciju tirgu reakcijas novērtējumi saistībā ar jaunākajiem (2010.–2017.) telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās gadījumiem ES dalībvalstīs un OECD valstīs neuzrāda pilnīgi pozitīvu tirgus reakciju uz paziņojumiem par telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās. Lai arī kopumā

akciju tirgu reakcija uz paziņojumiem par telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās bija pozitīva, šie rezultāti mainās, piemērojot un izslēdzot dažādus aspektus.

Vairāk nekā pusē no nesenajiem (2010.–2017.) telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanās gadījumiem konkurences iestādes Eiropā apstiprināja apvienošanās bez nosacījumu piemērošanas. Četrdesmit procentos gadījumos tika piemēroti specifiski nosacījumi, piemēram, daļas no infrastruktūras pārdošana konkurentiem ir visbiežāk piemērotais nosacījums – tas tika piemērots 36% gadījumos. Tirgus vienošanos koriģēšana ar citiem tirgus dalībniekiem un pieejas sniegšana pakalpojumiem ir otrs un trešais biežāk piemērotais nosacījums – abi tika piemēroti 21% gadījumos.

Kopumā apvienošanās telekomunikāciju uzņēmumiem nav dzīvības un nāves jautājums. Uzņēmumu apvienošanai ir priekšrocības, piemēram, jaunu produktu izveide un pozitīva ietekme uz akciju cenām īstermiņā un vidējā termiņā, kā arī trūkumi, piemēram, uzņēmumu efektivitātes samazinājums. Eiropas konkurences iestādes nekad pilnībā nepretojas telekomunikāciju uzņēmumu apvienošanai, taču tās rūpējas par to, lai uzņēmumi nekropļotu tirgu. Tas tiek panākts, piemērojot ierobežojumus uzņēmumu tirgus stratēģijām (piemēram, infrastruktūras pārdošana, fiksēta vienošanās ar citiem tirgus dalībniekiem). Paplašināta tirgus analīze parādīs, vai *LMT* un *Lattelecom* apvienošanās gadījumā priekšrocību ir vairāk nekā trūkumu.

Izmantotā literatūra

- Andrews, M. L., Benedictus, R. L. and Brady, M. K., 2010. The effect of incentives on customer evaluations of service bundles. *Journal of Business Research* 63, 71–76.
- BEREC, 2010. BEREC report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition. Working Paper BoR (10) 64.
- Bovaird, T., 2014. Efficiency in third sector partnerships for delivering local government services: the role of economies of scale, scope and learning. *Public Management Review* 16, 1067–1090.
- CSB Latvia, 2016. <http://www.csb.gov.lv>.
- Eurostat, 2016. <http://ec.europa.eu/eurostat/en/data/database>.
- Grzybowski, L., 2014. Fixed-to-mobile substitution in the European Union. *Telecommunications Policy* 38, 601–612.
- Grzybowski, L. and Liang, J., 2015. Estimating demand for fixed-mobile bundles and switching costs between tariffs. *Information Economics and Policy* 33, 1–10.
- Grzybowski, L. and Verboven, F., 2016. Substitution between fixed-line and mobile access: the role of complementarities. *Journal of Regulatory Economics*. In press.
- Halkos, G.E. and Tzeremes, N.G., 2013. Estimating the degree of operating efficiency gains from a potential bank merger and acquisition: A DEA bootstrapped approach. *Journal of Banking and Finance* 37, 1658–1668.
- Handbook for Merger Review, 2013. The Role of Economists and Economic Evidence in Merger Analysis. International Competition Network.
- Klein, A. and Jakopin, N., 2014. Consumers' willingness-to-pay for mobile telecommunication service bundles. *Telematics and Informatics* 31, 410–421.
- Majumdar, S.K., Yaylaccigi, U. and Moussawi, R., 2012. Mergers and synergy: Lessons from contemporary telecommunications history. *Telecommunications Policy* 36, 140–154.
- OECD, 2015. Triple and Quadruple Play Bundles of Communication Services. OECD Science, Technology and Industry Policy Papers 23, OECD Publishing Paris.
- Rieck, O. and Doan, C. T., 2009. Shareholder Wealth Effects of Mergers and Acquisitions in the Telecommunications Industry. In B. Preissl et al. (eds.) *Telecommunication Markets, Contributions to Economics*. Springer.
- Rosen, R.J., 2006. Merger Momentum and Investor Sentiment: The Stock Market Reaction to Merger Announcements. *The Journal of Business*, 79, 987–1017.
- Scherer, F.M., 2006. A New Retrospective on Mergers. *Review of Industrial Organization* 28, 327–341.
- Srinuan, P., Srinuan, C. and Bohlin, E., 2012. Fixed and mobile broadband substitution in Sweden. *Telecommunications Policy* 36, 237–251.
- Sumit K. M., Moussawi, R. and Yaylaccigi, U., 2010. Is the efficiency doctrine valid? An evaluation of US local exchange telecommunications company mergers. *info* 12, 23–41.
- Sung, N. and Gort, M., 2006. Mergers, capital gains, and productivity: evidence from U.S. telecommunications mergers. *Contemporary Economic Policy* 24, 382–394.
- Tanriverdi, H. and Uysal, V.B., 2015. When IT capabilities are not scale-free in merger and acquisition integrations: how do capital markets react to IT capability asymmetries between acquirer and target&quest. *European Journal of Information Systems* 24, 145–158.
- TELE2, 2015. <http://www.tele2.com/media/press-releases/2015/tele2-and-kazakhtelecom-to-combine-mobile-operations-in-kazakhstan/>
- The Competition Council of Latvia, 2015. Mobilo sakaru mazumtirdzniecības pakalpojumu tarifu uzraudzība. Noslēguma ziņojums. In Latvian language.
- Trillas, F., 2002. Mergers, acquisitions and control of telecommunications firms in Europe. *Telecommunications Policy* 26, 269–286.
- UK Competition and Markets Authority, 2016. A report on the anticipated acquisition by BT Group plc of EE Limited.
- Uner, M.M., Guven, F. and Cavusgil, S.T., 2015. Bundling of telecom offerings: An Empirical Investigation in the Turkish market. *Telecommunications Policy* 39, 53–64.
- Vogelsang, I., 2010. The relationship between mobile and fixed-line communications: A survey. *Information Economics and Policy* 22, 4–17.

Autors:

Dr. Sergejs Gubins

Dr. Sergejs Gubins ir ieguvis doktora grādu ekonomikā VU universitātē Amsterdamā, kā arī bijis pēcdoktorantūras amatā Bocconi universitātē Milānā pirms pievienojās Certus komandai kā pētnieks. Viņš ir publicējis vairākus zinātniski pētnieciskus darbus ievērojamos transporta un pilsētas ekonomikas žurnālos par ceļu cenām, pilsētas zemes izmantošanu un informāciju tehnoloģijām transporta jomā. Sergejs Gubins ir saņēmis vairākus labāko pētījumu apbalvojumus un stipendijas, ieskaitot, Huygens stipendiju no holandiešu valdības. Papildus Sergejs darbojas kā recenzents vairākiem ekonomikas žurnāliem.

Pateicība Annai Feldmanei par līdzdalību pētījumā.



Latvijas ekonomisko izaugsmi var panākt tikai ar kopīgiem spēkiem. *Domnīca Certus* veicina dialogu ar uzņēmējiem, zinātniekiem un publiskā sektora lēmumu pieņēmējiem, lai radītu attīstības idejas, kas balstītas zināšanās un pieredzē. Idejas, kas var virzīt Latviju pa mērķtiecīgas izaugsmes ceļu, sabalansējot liberālas tirgus ekonomikas attīstības principus ar pārdomātu un fokusētu valsts atbalstu Latvijas tautsaimniecības nozaru attīstībai.

Rīga. Domnīca Certus. 2017.