

Český telekomunikační úřad  
Sokolovská 219  
190 00 Praha 9

dne / date 23.1.2006

věc / re **Připomínky společnosti T-Mobile Czech Republic a.s k návrhu opatření obecné povahy číslo A/11/XX.2006-Y, kterým se vydává analýza trhu číslo 11 – velkoobchodního plného přístupu k účastnickému kovovému vedení nebo sdíleného přístupu k účastnickému kovovému vedení nebo úseku účastnického kovového vedení sítě pro účely poskytování služeb elektronických komunikací**

### **Formulář pro uplatnění připomínek, stanovisek a názorů**

<b>NÁZEV NÁVRHU OPATŘENÍ KE KONZULTACI:</b>	analýza trhu č. A/11/XX.2006-Y
<b>IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE DOTČENÉHO SUBJEKTU:</b>	T-Mobile Czech Republic a.s. Tomíčková 2144/1 149 00 Praha 4
<b>IČ:</b>	649 49 681
<b>Kontaktní osoba:</b>	Ing. Martin Čechák Specialista regulace mobil: +420 603 404 316 e-mail: <a href="mailto:martin.cechak@t-mobile.cz">martin.cechak@t-mobile.cz</a>
<b>DŮVĚRNOST POSKYTNUTÝCH INFORMACÍ:</b>	připomínky neobsahují důvěrné informace, ani informace tvořící předmět obchodního tajemství společnosti T-Mobile
<b>Jméno a příjmení, funkce oprávněné osoby:</b>	Ing. Richard Stonavský Manažer regulace

## I. PŘIPOMÍNKY K JEDNOTLIVÝM ČÁSTEM/USTANOVENÍM NÁVRHU OPATŘENÍ

Neuvádíme

## II. STANOVISKA A NÁZORY K NÁVRHU OPATŘENÍ

### Úvod

Společnost T-Mobile Czech Republic a.s. (dále jen „T-Mobile“) vítá možnost uplatnit své připomínky a komentáře k předmětné analýze trhu č. 11 (dále jen „analýza“) a tyto jsou blíže specifikovány v následujícím textu.

T-Mobile v obecné rovině souhlasí se závěry, ke kterým Český telekomunikační úřad (dále jen „Úřad“) dospěl na základě této ke konzultaci předložené analýzy, stejně jako i s navrhovanými nápravnými opatřeními. Přesto považuje za vhodné upozornit na některé skutečnosti, které si zasluhují pozornost Úřadu jednak co se týká samotné analýzy a rovněž tak monitorováním budoucího vývoje předmětného relevantního trhu. Protože tyto připomínky jsou psány z pohledu subjektu, který má k dispozici pouze text analýzy samotné (nikoliv podkladová data a dílčí analýzy provedené Úřadem v průběhu analyzování trhu č. 11), lze se důvodně domnívat, že obdobné připomínky by mohl po prostudování analýzy vznést kdokoliv jiný, kdo nedisponuje zmiňovanými podklady resp. určitými alespoň základními poznatky o trhu elektronických komunikací v ČR.

### 1. Definování relevantního trhu – věcné vymezení

Úřad jako východisko použil vymezení trhu č. 11 obsažené v Doporučení Evropské komise o relevantních trzích produktů a služeb v odvětví elektronických komunikací (dále jen „Doporučení“) a dále konstatuje (viz ř. 669-670, resp. ř. 673), že „... z hlediska možných substitutů na straně poptávky a nabídky ... nenalezl žádný substitut.“

Toto konstatování si ovšem ze strany Úřadu vyžaduje určitý detailnější komentář, a to hned ze dvou důvodů:

#### a) z důvodu širšího vymezení (oproti Doporučení) relevantního trhu provedeného Úřadem:

Dle názoru T-Mobile Úřad použil vymezení trhu č. 11 toliko jako východisko pro své vlastní (podstatně širší) věcné vymezení relevantního trhu. Tento názor se opírá o skutečnost, že zatímco Doporučení vymezuje trh číslo 11 jako „Velkoobchodní plný přístup ... pro účely poskytování širokopásmových a hlasových služeb“, Úřad definici trhu rozšiřuje, neboť zkoumá trh „**velkoobchodního plného přístupu ... pro účely poskytování služeb elektronických komunikací**“.

Služba elektronických komunikací je ovšem mnohem širším pojmem než služby širokopásmové a hlasové. Vydeme-li z definice obsažené v § 2 písm. n) zákona č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích, jedná se o službu „obvykle poskytovanou za úplatu, která spočívá zcela nebo převážně v přenosu signálů po sítích elektronických komunikací, včetně telekomunikačních služeb a přenosových služeb v sítích používaných pro rozhlasové a televizní vysílání a v sítích kabelové televize, s výjimkou služeb, které nabízejí obsah prostřednictvím sítí a služeb elektronických komunikací nebo vykonávají redakční dohled nad obsahem přenášeným sítěmi a poskytovaným službami elektronických komunikací ...“.

To znamená, že Úřad nutně musel v tomto případě při zkoumání substitutů na straně poptávky a nabídky brát v úvahu vlastně veškerou přístupovou infrastrukturu odvětví elektronických komunikací a zároveň zkoumat, zda neexistuje nějaká služba (reálně spíše skupiny služeb) elektronických komunikací, pro jejíž poskytování existuje případná velkoobchodní alternativa (tj. substitut) k přístupu k účastnickému kovovému vedení.

Deklarovaná neexistence substitutů v tomto případě implikuje poměrně závažné závěry, neboť může například znamenat, že:

- účastnické kovové vedení slouží k poskytování natolik unikátních služeb elektronických komunikací, že pro tento účel nelze použít jinou přístupovou infrastrukturu (zřejmě tomu tak ovšem není, a to minimálně u hlasových služeb),
- účastnické kovové vedení není pro celou řadu služeb elektronických komunikací vhodnou přístupovou infrastrukturou, proto nemá ve většině či v žádném případě alternativu (substitut) ani samo není alternativou (substitutem) k jiné přístupové infrastruktuře atp.

Z tohoto důvodu považuje T-Mobile za vhodné při vymezení trhu uvést, pro účely poskytování kterých služeb Úřad zkoumání substitutů na straně poptávky a nabídky provedl, které potenciální substituty připadaly v tom kterém případě v úvahu a na základě jakých závěrů Úřadu byla následně konstatována jejich neexistence.

#### **b) z důvodu dalšího monitorování budoucího vývoje relevantního trhu:**

Odvětví elektronických komunikací je trhem velmi dynamickým. Vždy existuje možnost, že dění na příslušném relevantním trhu bude ovlivněno faktorem či faktory, s jejichž existencí nemohl Úřad v žádném případě při analýze relevantního trhu a jeho předpokládaného vývoje kalkulovat.

Jedním z takovýchto faktorů může být situace, kdy na základě použitého věcného vymezení relevantního trhu se určitý dosud neexistující (či dosud nedostatečný) substitut v průběhu času nakonec vyvine v substitut dostatečný. Toto může být v případě relevantního trhu č. 11 např. infrastruktura sítí CATV operátorů, která je v současné době využívána rovněž (stejně jako kovové účastnické vedení) i k poskytování širokopásmových služeb, přesto zřejmě substitutem není, neboť žádný z CATV operátorů nenabízí na velkoobchodní úrovni žádnou formu ať už plného nebo sdíleného přístupu k ní. Je tomu tak proto, že toto zpřístupnění infrastruktury CATV operátory v současné době evidentně postrádá jakýkoliv racionální ekonomický základ (nehledě k technickým obtížím s tímto spojeným), přesto se však mohou být tyto překážky v budoucnu překonány a velkoobchodní přístup prostřednictvím sítí CATV může za určitých okolností být substitutem k velkoobchodnímu přístupu k účastnickému kovovému vedení.

Dle názoru T-Mobile výčet uvažovaných substitutů a zejména pak zdůvodnění jejich nezahrnutí do vymezení relevantního trhu Úřadu může významným způsobem usnadnit monitorování změn těch faktorů, které za určitých okolností mohou následně vést k odlišnému (než bylo předpokládáno) vývoji na relevantním trhu.

## 2. Definování relevantního trhu – územní vymezení

Úřad konstatuje (viz. řádek 676 a následující), že „**každý podnikatel poskytující velkoobchodní plný přístup k účastnickému kovovému vedení nebo sdílený přístup k účastnickému kovovému vedení ...**“, přičemž o několik řádků níže (ř. 687 a následující) konstatuje že „**V České republice existují pouze 3 společnosti, které vlastní účastnická kovová vedení ...**“, ale „**Velkoobchodní přístup k účastnickému kovovému vedení poskytuje pouze ČESKÝ TELECOM, a.s.**“

Rádi bychom v této oblasti pozornost Úřadu obrátili k tomu zda:

### a) byla dostatečným způsobem zohledněna homogenita (či naopak ne-homogenita) poskytovaných služeb na celém území ČR

Tímto máme na mysli situaci, kdy Český Telecom sice může být co do celkového objemu vlastněného kovového vedení evidentně prakticky monopolním vlastníkem této přístupové infrastruktury, přesto však mohou existovat oblasti či sídla v rámci České republiky, v nichž při reálné existenci dalších dvou vlastníků této infrastruktury nutně nemusí být nejen monopolním, ale případně ani dominantním poskytovatelem.

### b) vůbec celé území ČR připadá v úvahu jako relevantní trh pro velkoobchodní či sdílený přístup ke kovovému účastnickému vedení

Přístup ke kovovému účastnickému vedení nemusí být vždy a všude tím nejvhodnějším způsobem přístupu ke koncovým účastníkům – fungování tohoto obchodního modelu se rovněž řídí ekonomickými zákonitostmi, tj. např. v odlehlejších oblastech ČR nemusí mít zdaleka z ekonomického hlediska příliš smysl pro získání přístupu k pouhým několika účastníkům využívat právě LLU – tímto se opět dostáváme k otázce, zda je opravdu relevantní trh opravdu vymezen celým územím ČR (resp. celou sítí účastnických kovových vedení) či jen částí území ČR (např. pouze větší města). Minimálně co se týká velkoobchodního přístupu k účastnickému kovovému vedení pro účely případného poskytování širokopásmových služeb je pro podrobnější zkoumání této problematiky zřejmě třeba vyjít ze závěru analýzy relevantního trhu č. 12 (velkoobchodní širokopásmový přístup).

## 3. Význam faktoru poklesu počtu aktivních účastnických vedení

Úřad konstatuje (viz. řádky 729 – 731): „**Významný je však absolutní pokles počtu aktivních účastnických kovových vedení. Je způsoben především snížením zájmu účastníků o telefonní službu poskytovanou v pevném místě**“.

T-Mobile souhlasí, že se jedná o faktor významný, dokonce tento pokles je natolik rychlý, že nemá příliš paralelu s jinými zeměmi EU. Toto konstatování ovšem dále už nemá žádnou (z předloženého textu zjevnou) vazbu na výsledek analýzy a na soubor navrhovaných nápravných opatření. Opět se proto nabízejí určité závěry z tohoto faktu vyplývající (které ovšem bohužel Úřad v předkládané analýze nezkoumá) jako například:

- podmínky v České republice jsou natolik specifické, že infrastruktura založená na kovovém účastnickém vedení a (potažmo) tedy celý koncept plného či sdíleného přístupu k účastnickému vedení (tj. trh č. 11) v důsledku tohoto faktoru ztrácí na svém významu jakožto infrastruktura využívaná pro poskytování služeb koncovým uživatelům. Pokud by tomu tak bylo, naskytá se například otázka celkové odůvodněnosti případných regulačních zásahů na takovémto relevantním trhu,
- náklady spojené s vybudováním a údržbou této infrastruktury se v důsledku tohoto poklesu rozkládají na stále menší počet účastnických kovových vedení, tj. z tohoto důvodu není vhodná například cenová regulace založená na „retail minus“ principu atp.

#### 4. Uplatňování nepřiměřeně vysoké ceny v případě absence cenové regulace

Úřad jako klíčový problém působení podniku s významnou tržní silou na relevantním trhu č. 11 identifikoval uplatňování nepřiměřeně vysokých cen v případě neuplatňování cenové regulace (viz ř. 67-68 resp. 832 – 833):

**„Analýza prokázala, že na relevantním trhu dochází k uplatňování nepřiměřeně vysoké ceny v neprospěch koncových uživatelů v případech, kdy není uplatněna cenová regulace“.**

Tento závěr z předloženého návrhu analýzy ovšem dle názoru T-Mobile bohužel nikterak nevyplývá. Analýza sice obsahuje určité podpůrné tvrzení ve prospěch tohoto závěru (viz ř. 764 – 766): „**ČESKÝ TELECOM, a.s. po datu, kdy na základě novely zákona č. 151/2000 Sb. nabyla účinnosti povinnost poskytovat službu zpřístupnění účastnického kovového vedení, požadoval při uzavírání slum neúměrně vysoké ceny**“ a dále že (viz řádek 911) „**Ceny přesto výrazně převyšují ceny uplatňované v ostatních zemích EU**“.

Žádným způsobem ovšem není podloženo, na základě čeho bylo konstatováno (kromě náznaku použití určitého benchmarku na řádku 911 – ovšem bez uvedení konkrétní výše cen a zemí, s nimiž byly tedy srovnávány ceny uplatňované v ČR), že určitá cena byla nebo stále je neúměrně vysoká. Dle názoru T-Mobile je možné určitou cenu prohlásit za neúměrně vysokou pouze na základě relace k nějaké základně, tj. např. opravdu na základě srovnání těchto cen s analogickými cenami uplatňovanými v jiných zemích EU nebo na základě srovnání komerčně uplatňovaných cen s jejich výší stanovenou na základě Úřadem provedených nákladových kalkulací apod.

Absence konkrétního doložení takového použitého postupu v předkládané analýze ovšem dle názoru T-Mobile zásadním způsobem devalvuje identifikaci zřejmě klíčového problému souvisejícího s nedostatečnou úrovní konkurence na analyzovaném relevantním trhu.



S případnými dotazy a komentáři k těmto připomínkám se prosím kdykoli obračete na Ing. Martina Čecháka, specialistu regulace společnosti T-Mobile, tel. 603 404 316, e-mail [martin.cechak@t-mobile.cz](mailto:martin.cechak@t-mobile.cz).

V úctě,

Ing. Richard Stonavský  
Manažer regulace  
T-Mobile Czech Republic a.s.