

**Připomínky k návrhu rozhodnutí ve věci ověření správnosti a úplnosti podkladů k výpočtu čistých nákladů a stanovení výše čistých nákladů za rok 2006**

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkující subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
Klíčové připomínky k návrhu		T-Mobile Czech Republic a.s. (1)	T-Mobile se domnívá, že Český telekomunikační úřad (dále jen „Úřad“) při stanovení výše čistých nákladů na poskytování univerzální služby (dále jen „US“) dosud postupuje v rozporu s § 48 zákona č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o elektronických komunikacích) (dále jen „ZoEK“) resp. s vyhláškou č. 388/2006 Sb., o čistých nákladech univerzální služby v elektronických komunikacích (dále jen „vyhláška“)	Obecná připomínka. Úřad se vyjadřuje až ke konkrétním připomínkám, uvedeným v následujících částech.
		T-Mobile Czech Republic a.s. (2)	Úřad se při výpočtu výše čistých nákladů dosud zabýval pouze vyčíslením části z mnoha nehmotných výhod, které vznikají společností Telefónica O2 Czech Republic a.s. (dále jen „Telefónica“) v souvislosti s poskytováním US. Postup při vyčíslení těchto nehmotných výhod nepovažuje navíc T-Mobile za správný. Z těchto důvodů nelze považovat za správný a úplný ani výpočet čistých nákladů.	Úřad stanovil nehmotné výhody v souladu s rozsahem uložené povinnosti poskytovat univerzální službu.
		T-Mobile Czech Republic a.s. (3)	Úřad do výpočtu výše čistých nákladů zahrnuje část VTA, které jsou poskytovány Telefonicou nad rámec rozhodnutí o uložení povinnosti poskytovat v rámci US dílčí službu – služby VTA podle § 38 odst. 2 písm. e) zákona o elektronických komunikacích, č.j. 466/2006-610/II. vyř.	Úřad se vyjadřuje až ke konkrétním připomínkám, uvedeným v následujících částech. Viz připomínka č. 28
		T-Mobile Czech Republic a.s. (4)	Čisté náklady na poskytování US v roce 2006 pro Telefonicu nepředstavují nepřiměřenou zátěž.	Úřad se vyjadřuje až ke konkrétním připomínkám, uvedeným v následujících částech. Viz připomínka č. 29

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkující subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
I. Připomínky k jednotlivým částem / ustanovením návrhu opatření I.1.	Relevantní náklady (a výnosy) na poskytování US vstupující do výpočtu čistých nákladů dle ZoEK a vyhlášky	T-Mobile Czech Republic a.s. (5)	<p>Relevancí nákladů na poskytování US se ZoEK zabývá v § 48 odst. 2, který stanovuje, že: „Čistými náklady se rozumí náklady, které se vypočítají jako rozdíl mezi efektivně a účelně vynaloženými náklady podnikatele s povinností poskytovat univerzální službu a efektivně a účelně vynaloženými náklady podnikatele bez povinnosti poskytovat univerzální službu, včetně přiměřené míry návratnosti investic a se zohledněním nákladů, kterým by se podnikatel vyhnul, kdyby neměl povinnost poskytovat univerzální službu, a se zohledněním tržních výhod, které vznikly podnikateli při poskytování univerzální služby.“</p> <p>Výše uvedené ustanovení ZoEK přejímá do právního řádu České republiky některé základní principy, které se v souvislosti s US v zemích Evropské unie používají již mnoho let. Na tomto místě chceme poukázat pouze na ty, podle kterých Úřad dosud nepostupuje a kterými jsou zejména tyto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• do výpočtu čistých nákladů vstupují pouze přírůstkové (inkrementální) náklady, které by poskytovatel US bez uložení povinnosti jinak nemusel vynaložit</li> <li>• zohledňuje se pouze ta část těchto nákladů, které by byly vynaloženy efektivním poskytovatelem</li> <li>• kromě přímých výnosů (např. za uskutečněná odchozí volání) se zohledňují i nepřímé výnosy (např. výnosy za volání ostatních zákazníků poskytovatele US (kterým nejsou komunikační služby poskytovány v rámci povinnosti poskytovat službu US), která byla směřována na zákazníky, kterým je služba poskytována v rámci povinnosti poskytovat službu US</li> </ul>	Úřad se vyjadřuje až ke konkrétním připomínkám, uvedeným v následujících částech. Viz připomínky č. 6, 7, 8.

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
I.1.1	Přírůstkové (inkrementální) náklady, které by poskytovatel US bez uložení povinnosti jinak nemusel vynaložit	T-Mobile Czech Republic a.s. (6)	<p>Výpočet čistých nákladů na poskytování US se v podstatě rozpadá do dvou základních fází:</p> <p>a) nejprve je nutné identifikovat zákazníky, přípojky, VTA, oblasti atp., kterým (popřípadě kde) by příslušný poskytovatel (bez uložení povinnosti poskytovat služby v rámci US) své služby z nejrůznějších (obvykle ekonomických) příčin neposkytoval. Poté, co jsou identifikováni tzv. „neekonomičtí“ zákazníci, popřípadě oblasti, je nutné vyčíslit náklady, které by poskytovatel univerzální služby nemusel vynaložit pokud by těmto zákazníkům nebo v těchto oblastech neposkytoval své komunikační služby.</p> <p>b) dále je nutné analyzovat celou řadu faktorů, které mají nebo v budoucnu budou mít pozitivní vliv na finanční výsledky poskytovatele US (pozitivnější vnímání pověsti a značky poskytovatele zákazníky, efekt životního cyklu apod. - souhrnně jsou označovány jako nehmotné výhody), vyjádřit tyto nehmotné výhody v penězích a odečíst je od nákladů na poskytování US, které byly vyčísleny v prvním kroku.</p> <p>První fáze výpočtu čistých nákladů na poskytování US zajišťuje, že do výpočtu těchto nákladů vstupují pouze přírůstkové (inkrementální) náklady, které by poskytovatel US bez uložení povinnosti jinak nemusel vynaložit. Tento požadavek logicky vyplývá z toho, že trh telekomunikací (nově elektronických komunikací) byl liberalizován a na jakékoliv subvencování služeb, které by příslušný poskytovatel US poskytoval i bez uložení povinnosti (tedy na komerčním základě) ze strany konkurentů či státního rozpočtu by bylo lze považovat jednoznačně za protisoutěžní praxi. Chceme-li identifikovat, které zákazníky, či oblasti je možné považovat za „neekonomické“, je nutné vzít v úvahu dvě základní ekonomické kategorie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• náklady, které by poskytovatel nemusel vynaložit, pokud by neposkytoval své služby neekonomickým zákazníkům resp. pokud by je neposkytoval v neekonomických oblastech</li> <li>• výnosy, o které by poskytovatel přišel, pokud by neposkytoval své služby neekonomickým zákazníkům resp. pokud by je neposkytoval v neekonomických oblastech.</li> </ul>	<p>První odstavce bodu a)</p> <p>Neekonomické oblasti byly vymezeny u služby VTA přímo rozhodnutím o uložení povinnosti, jedná se o obce s počtem obyvatel menším než 50 tis.</p> <p>Neekonomické přípojky nebyly definovány vzhledem k tomu, že služba připojení k veřejné telefonní síti a přístupu k veřejně dostupné telefonní službě nebyla uložena.</p> <p>K bodu b)</p> <p>Pozitivní vliv jednotlivých faktorů, které snižují náklady na univerzální službu, byl Úřadem analyzován. Do výpočtu byly zahrnuty nehmotné výhody, které se vztahují k uloženým dílčím službám.</p> <p>Druhý odstavce</p> <p>V této souvislosti vzal Úřad v úvahu, že poskytování jednotlivých služeb v rámci US bylo uloženo jako povinnost právě proto, že není záruka jejich poskytování na komerčním principu.</p> <p>Do výpočtu byly zahrnuty pouze náklady, které jsou rozdílem mezi efektivně a účelně vynaloženými náklady podnikatele s povinností poskytovat univerzální službu a efektivně a účelně vynaloženými náklady podnikatele bez povinnosti poskytovat univerzální službu, včetně přiměřené míry návratnosti investic a se zohledněním nákladů, kterým by se podnikatel vyhnul, kdyby neměl povinnost poskytovat univerzální službu. Ve výpočtu byly zohledněny tržní výhody, které vznikly podnikateli při poskytování univerzální služby.</p>

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkující subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
			<p>Náklady, které by poskytovatel univerzální služby nemusel vynaložit na poskytování služeb neekonomickým zákazníkům, či v neekonomických oblastech, zahrnují provozní náklady, odpisy a přiměřenou míru návratnosti investic. Standardně se přitom berou v úvahu tzv. „náklady dlouhého období“, přičemž se tímto obdobím rozumí doba životnosti aktiv, které jsou využívány při poskytování příslušné služby.</p> <p>Výchozí základnou a základním vstupem pro výpočet přírůstkových (inkrementálních) nákladů, které by poskytovatel US bez uložené povinnosti jinak nemusel vynaložit, jsou výstupy finančního resp. nákladového účetnictví za příslušný tok (v tomto případě tedy 2006). Každá nákladová položka (včetně nákladů vlastního kapitálu), která je (ať již zcela nebo zčásti) alokována na poskytování příslušné dílčí US (např. poskytování služby VTA) musí být posouzena z toho hlediska, zda by nemusela být (ať již v plné nebo částečné výši) vynakládána v případě, kdy by bylo ukončeno poskytování této dílčí služby neekonomickým zákazníkům popřípadě v neekonomických oblastech (například přestal by být provozována příslušný počet VTA či příslušný počet pevných telefonních přípojek).</p> <p>V úvahu je při tomto výpočtu nutné vzít i příslušnou redukci úspor z rozsahu a ze sortimentu, kterých bylo dosahováno díky plnění uložené povinnosti poskytovat US (např. díky nižšímu počtu nakupované infrastruktury či zařízení – např. kabelů, aut, ústředen, telefonních přístrojů apod. by poskytovatel dosahoval nižších množstevních či objemových slev</p>	<p>Třetí odstavec Délka období životnosti aktiv je zohledněna v zahrnutých odpisech. Náklady na vložený kapitál (návratnost investic) jsou započteny ve výši stanovené opatřením č. OOP/4/03.2006-3.</p> <p>Čtvrtý odstavec Do výpočtu čistých nákladů byly převzaty náklady z oddělené evidence nákladů a výnosů. Všechny zahrnuté náklady souvisejí s poskytováním dílčí služby. Dále viz text k druhému odstavci.</p> <p>Pátý odstavec Dosažené množstevní, objemové a jiné slevy se promítly do pořizovací ceny jednotlivých síťových prvků a jsou zahrnuty v odpisech.</p>

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
I.1.2	Zahrnování pouze nákladů, který by byly vynaloženy efektivním poskytovatelem	T-Mobile Czech Republic a.s. (7)	Dalším základním principem, který vyplývá z evropské i české legislativy je, že do výpočtu vstupuje pouze ta část nákladů, které by byly vynaloženy efektivním poskytovatelem. Účetní informace (a to i informace, jež jsou výstupem systému nákladového účetnictví) poskytovatele US ovšem nemusí plně odrážet účelně vynaložené nebo relevantní náklady. Některá aktiva mohou být vůči požadavkům nadbytečná, nebo nemusí být optimální architektura sítě. Příslušné nákladové vstupy je tedy nutné upravit tak, aby odrážely náklady vynaložené efektivním poskytovatelem. Například použití ekonomického/inženýrského modelu "zdola nahoru" pomůže poskytnout informace o neúčinných a zbytečně vynaložených nákladech, které by v žádném případě neměly vstupovat do výpočtu čistých nákladů na poskytování univerzální služby (jak bylo uvedeno výše, jedním ze základních principů pro výpočet čistých nákladů z poskytování US je to, že se zohledňuje se pouze ta část nákladů, které by byly vynaloženy efektivním poskytovatelem	Do výpočtu byly zahrnuty pouze náklady, které jsou rozdílem mezi efektivně a účelně vynaloženými náklady podnikatele s povinností poskytovat univerzální službu a efektivně a účelně vynaloženými náklady podnikatele bez povinnosti poskytovat univerzální službu, včetně přiměřené míry návratnosti investic a se zohledněním nákladů, kterým by se podnikatel vyhnul, kdyby neměl povinnost poskytovat univerzální službu. Ve výpočtu byly zohledněny tržní výhody, které vznikly podnikateli při poskytování univerzální služby. Efektivita byla prověřována při kontrole nákladů. Připomínka není konkrétní. Nejsou uvedena kritéria pro posouzení optimality architektury sítě.
I.1.3	Zahrnování rovněž nepřímých výnosů	T-Mobile Czech Republic a.s. (8)	Koncept výpočtu výnosů, o které by poskytovatel přišel, pokud by neposkytoval své služby neekonomickým zákazníkům resp. pokud by je neposkytoval v neekonomických oblastech, je (oproti nákladům) snáze uchopitelný. Nicméně posuzování těchto výnosů nemůže být zužováno například pouze na výnosy z hovorného či na měsíční platby (tedy na tzv. přímé výnosy). Je nutné vzít v úvahu i tzv. nepřímé výnosy, tedy výnosy, které by poskytovatel univerzální služby nerealizoval díky tomu, že by nebyly uskutečněny např. ani příslušné příchozí hovory směřované k neekonomickým zákazníkům či do neekonomických oblastí. Systematicky lze tyto výnosy rozdělit do následujících kategorií: <ul style="list-style-type: none"> <li>• výnosy generované neekonomickými zákazníky resp. v neekonomických oblastech (např. zřízení služby, měsíční paušál či hovorné),</li> <li>• výnosy generované vlastními zákazníky, kterým není poskytována US, v souvislosti hovory směřovanými na neekonomické zákazníky či do neekonomických oblastí,</li> <li>• tržby od jiných zákazníků (třetích stran), které jsou dosahovány díky volání zákazníků, kterým je poskytována US, na čísla služeb na účet volaného, se sdílenými náklady atp.</li> <li>• výnosy za propojení realizované v souvislosti s příchozími hovory zákazníků jiných operátorů na zákazníky, kterým je poskytována US</li> </ul>	Připomínka není relevantní k rozsahu univerzální služby uložené v ČR. Nepřímé výnosy jsou u služeb zahrnutých do výpočtu čistých nákladů realizovány pouze u VTA (výnosy z reklam umístěných na VTA). Výnosy z volání na zelené linky, na čísla služeb volání na účet volaného a služeb se sdílenými náklady, uskutečněných z VTA, byly do výpočtu čistých nákladů zahrnuty. Příchozí hovory do VTA nemají praktický význam vzhledem k jejich mizivému množství. Vzhledem k tomu, že ve výpočtu nejsou zahrnuty náklady na příchozí hovory, nelze tam zahrnovat ani výnosy.

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
I.2.	Vyčíslení tržních a nehmotných výhod (intangible benefits)	T-Mobile Czech Republic a.s. (9)	<p>Nehmotnými výhodami se rozumí všechny možné pozitivní přínosy pro poskytovatele US, které vyplývají z toho, že tento podnikatel US poskytuje. Tyto pozitivní přínosy nejsou realizovány ve formě přímých finančních (účetně zachycených) výnosů, nicméně jejich působení pozitivně ovlivňuje současnou či budoucí ekonomickou situaci poskytovatele US (například, nikoliv však výhradně, ve formě úspor nákladů, které by jinak podnik, pokud by nebyl poskytovatelem US, musel vynaložit). Za situace, kdy je poskytování služeb elektronických komunikací vystaveno stále většímu konkurenčnímu tlaku, roste i význam těchto nehmotných výhod pro poskytovatele US.</p> <p>Ačkoliv nehmotné výhody typicky nejsou přímo měřitelné v penězích, přesto však lze jejich hodnotu určitými postupy v penězích vyjádřit a vypočítat. V souvislosti s poskytováním univerzální služby se obvykle uvádějí následující nehmotné výhody:</p>	<p>Definice tržních výhod je daná vyhláškou č. 388/2006 Sb., o čistých nákladech univerzální služby v elektronických komunikacích. Nepřímé výhody, které má T-Mobile na mysli, jsou definovány jako úspora nákladů dosažená v souvislosti s poskytováním univerzální služby. Úřad posuzoval jednotlivé výhody v souvislosti s rozsahem povinnosti uložené v České republice.</p> <p>Úřad se vyjadřuje podrobněji až ke konkrétním připomínkám, uvedeným v následujících částech.</p> <p>Viz připomínky č. 10 až 27.</p>

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• zvýšení síly značky („brand enhancement“), čímž se obvykle rozumí, že pozitivní vnímání značky zákazníky plynoucí z faktu, že určitý podnik je poskytovatelem US, zvyšuje schopnost podniku udržet stávající a získat nové zákazníky,</li> <li>• efekt „všudypřítomnosti“ („ubiquity“) – poskytovatel US typicky poskytuje část svých služeb zákazníkům i v neekonomických oblastech (např. řídké osídlené horské oblasti), kde se jiným poskytovatelům nevyplatí poskytovat konkurenční služby – pokud se takový zákazník následně přestěhuje do „ekonomické“ oblasti (např. většího města), kde nabízí své služby více poskytovatelů, v řadě případů zůstává nadále u „svého“ dosavadního poskytovatele,</li> <li>• efekt „životního cyklu“ („life cycle effect“) – zákazníci, kterým je v současnosti z titulu US poskytována služba se ztrátou (např. nízkopříjmové domácnosti, studenti apod.) se mohou stát v průběhu času běžnými ziskovými zákazníky,</li> <li>• bezplatná přítomnost vlastního loga a reklamy na kabinách VTA,</li> <li>• možnost poskytování dodatečných (komerčních) služeb na infrastruktuře vybudované z titulu poskytování US (např. ADSL připojení či služby IPTV na vybudované pevné telefonní lince),</li> <li>• přístup k informacím o zákaznících využívajících US</li> <li>• úspory nákladů (např. ve formě objemových slev), plynoucí z toho, že určitá zařízení či infrastruktura (kabely, ústředny, auta, telefonní přístroje apod.) jsou objednána ve větším množství, než by tomu bylo, pokud by příslušný podnik nebyl poskytovatelem US,</li> <li>• „síťový efekt“ – zvyšování hodnoty sítě plynoucí z vyššího počtu zákazníků.</li> </ul>	
I.2.1	Zvýšení síly značky („brand enhancement“) a image („corporate reputation“) poskytovatele US	T-Mobile Czech Republic a.s. (10)	Velikost této nehmotné výhody závisí na tom, nakolik je fakt, že je určitý podnik poskytovatelem US (zejména fakt, že poskytuje služby i neekonomickým zákazníkům, popřípadě v neekonomických oblastech), pozitivně vnímán a oceňován zákazníky. Např. francouzský regulátor ARCEP považuje tuto nehmotnou výhodu jako vůbec nejvýznamnější ze všech výše jmenovaných (viz výroční zpráva ARCEP za rok 2006, str. 397. ARCEP používá k ocenění nehmotných výhod poskytovatele US určitý ekonometrický model (detaily jsou k dispozici v příslušných rozhodnutích – viz např. Décision no° 2008-0181, str. 30-34). Velkou váhu přisuzuje této nehmotné výhodě i britský Ofcom (který ji finančně vyčíslil jako ekvivalent dvaceti procent celkových marketingových a reklamních výdajů British Telecomu na retailovém trhu). Stejným způsobem (tedy jako úsporu marketingových nákladů) oceňoval tuto nehmotnou výhodu i belgický regulátor BIPT.	Tato nehmotná výhoda se vztahuje hlavně k dílčí službě připojení k veřejné telefonní síti a k přístupu k veřejně dostupné telefonní službě. V ČR nebyly tyto dílčí služby uloženy. U ostatních dílčích služeb tuto výhodu Úřad posuzoval a promítl ji do dílčí výhody nazvané věrnost obchodní značce.

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
I.2.2	Efekt „všudypřítomnosti“ („ubiquity“)	T-Mobile Czech Republic a.s. (11)	<p>Tato nehmotná výhoda je založena na tom, že poskytovatel US typicky získává „celostátní pokrytí“ (poskytuje US i v oblastech, kde se komerčnímu poskytovateli běžně „nevyplatí“ poskytovat služby). Díky efektu všudypřítomnosti pak může docházet k tomu, že poskytovatel US je jako první kontaktován zákazníkem (je jeho první volbou), který si přeje začít využívat nějakou komunikační službu (nemusí být nutně součástí tzv. US, ale může se jednat o běžnou komerční službu).</p> <p>Stejně tak zákazník, kterému je poskytována US v určité lokalitě (místo bydliště či sídlo firmy) a který se přestěhuje do jiné lokality, si s určitou pravděpodobností opět jako svého poskytovatele komunikačních služeb zvolí svého dosavadního poskytovatele. Konečně pak, firemní zákazník, který si přeje mít jednoho dodavatele komunikačních pro několik svých geograficky odlišných lokalit, si jako operátora první volby zvolí poskytovatele US (neboť předpokládá, že požadavku na poskytování služeb v odlišných geografických lokalitách nejlépe vyhoví „všudypřítomný“ poskytovatel).</p> <p>Tato výhoda je tím významnější, čím větší pokrytí má poskytovatel US oproti jiným operátorům. Ve státech, v nichž jsou neekonomické oblasti (kde se komerčním operátorům „nevyplatí“ poskytovat komerční služby) jen velmi malé, resp. v zemích, v nichž více operátorů disponuje (ať již díky vlastní síti nebo díky regulací umožněnému přístupu k síti incumbenta) víceméně celostátním pokrytím, není zřejmě tato výhoda pro poskytovatele US příliš velká.</p>	Efekt všudypřítomnosti lze aplikovat na službu připojení k veřejné telefonní síti a přístupu k veřejně dostupné telefonní službě. Tyto dílčí služby však v ČR nebyly uloženy.
I.2.3	Efekt životního cyklu („life cycle effect“)	T-Mobile Czech Republic a.s. (12)	<p>Tato nepřímá výhoda je založena na tom, že někteří zákazníci, kterým je dosud poskytována US „se ztratou“, se časem stanou ekonomickými zákazníky a (ať už z loajality nebo např. z „pohodlnosti“) dále zůstanou u svého dosavadního poskytovatele služeb. Vezme-li potom v úvahu celou dobu (tedy celý „životní cyklus“) poskytování služeb těmto zákazníkům, takový zákazník může být pro poskytovatele „celkově ziskový“, byť mu zpočátku byly služby (v rámci US) poskytovány „se ztrátou“. Ostatně, na tomto efektu jsou založeny různé nabídky komunikačních ale i jiných (např. bankovních) služeb např. pro studenty, které jsou často poskytovány s takovými slevami a výhodami, že jsou pro jejich poskytovatele zpočátku ztrátové. Jakmile však tito studenti začnou být ekonomicky aktivní, často zůstávají u svého dosavadního poskytovatele, přičemž začínají obvykle využívat i další nabízené služby (s vyšší ziskovou marží), čímž se nakonec (vezme-li v úvahu celý „životní cyklus“) stanou pro poskytovatele zákazníky „ziskovými“.</p>	<p>Vzhledem k charakteru služeb, zahrnutých do výpočtu čistých nákladů, nelze tuto nepřímou výhodu započítat. V ČR nebyla uložena povinnost poskytovat službu připojení a přístupu, s výjimkou speciálních cenových plánů pro zdravotně postižené osoby. Cenové plány nejsou zahrnuty do výpočtu čistých nákladů.</p> <p>Podněty předložené společností T-Mobile vezme Úřad do úvahy při výpočtu ztráty z poskytování zvláštních cen za rok 2007, a to u všech poskytovatelů univerzální služby.</p>



Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
I.2.4	Bezplatná přítomnost vlastního loga a reklamy na kabinách VTA	T-Mobile Czech Republic a.s. (13)	Pokud je v rámci US poskytovány i služby VTA, jejich poskytovatel může mít na těchto VTA resp. na kabinách v nichž se obvykle tyto VTA nacházejí, zdarma umístěno např. své logo, popřípadě reklamy na své služby a stejně tak je může poskytovat jako reklamní plochu pro jiné operátory (to činí obvykle za úplatu). Vzhledem k tomu, že je možné poměrně přesně získat údaj o obvyklé ceně reklamní plochy příslušné velikosti a umístění, vyčíslení této nehmotné je zřejmě nejjednodušší ze všech zde uváděných.	Uvedená nepřímá výhoda byla zohledněna ve výpočtu čistých nákladů.
I.2.5	Možnost poskytování dodatečných (komerčních) služeb na infrastruktuře vybudované z titulu poskytování US	T-Mobile Czech Republic a.s. (14)	Tato nehmotná výhoda je spojena s tím, že díky přítomnosti infrastruktury vybudované z titulu poskytování US, stejně jako i díky tomu, že poskytovatel US již poskytuje zákazníkovi určité služby v rámci US, nabízení dodatečných (komerčních služeb) na této infrastruktuře resp. příslušným zákazníkům (např. ADSL, IPTV apod.) je u těchto zákazníků spojené pouze s marginálními náklady (není např. nutné budovat přípojku či vynakládat akviziční náklady na získání nového zákazníka). Dodatečné výnosy z takovýchto komerčně poskytovaných služeb potom ve svém důsledku snižují čisté náklady spojené s poskytováním US.	Výhoda již byla zohledněna v konzultovaném návrhu. Z účtu univerzální služby nejsou hrazeny přímo investiční náklady, ale pouze odpisy těch síťových prvků, které konkrétní služba využívá. Pokud síťový prvek využívá více služeb, náklady jsou v souladu s principy oddělené evidence přiřazovány všem službám, takže vícenásobné využívání aktiva se projeví v poklesu nákladů.
I.2.6	Přístup k informacím o zákaznících využívajících US	T-Mobile Czech Republic a.s. (15)	Díky znalostem a informacím o zákaznících, kteří využívají US (způsob využívání služeb, profil volání atp.) může poskytovatel US těmto zákazníkům cíleně nabízet (např. formou reklamy přiložené k měsíčnímu vyúčtování) také své komerční služby a nabídky a dosahovat tak případných dodatečných výnosů spojených s jejich poskytováním. Zasíláním takovýchto reklamních materiálů spolu s měsíčním vyúčtováním také realizuje úspory marketingových nákladů.	Výhoda již byla zohledněna v konzultovaném návrhu. V současné době neexistuje reklama, která by se specializovala na uživatele služeb, které jsou zahrnuty do výpočtu čistých nákladů. V čistých nákladech není zahrnuto poštovné, proto nelze zohlednit výhodu úspory poštovného při zasílání reklamních materiálů. Úspory marketingových nákladů se promítly do výhody věrnosti obchodní znače.
I.2.7	Úspory nákladů spojené s množstevními slevami na pořizovanou komunikační infrastrukturu a zařízení	T-Mobile Czech Republic a.s. (16)	Poskytovatel US typicky nakupuje určitou infrastrukturu či zařízení (např. kabely, ústředny, auta, telefonní přístroje apod.), která využívá jak pro poskytování služeb uložených mu v rámci US, tak i pro poskytování svých komerčních služeb. Jako poskytovatel US pak takovou infrastrukturu a zařízení typicky nakupuje ve vyšším množství, než by ji nakupoval, pokud by poskytoval pouze komerční služby a díky tomu pak může dosahovat určitých množstevních či objemových slev	Výhoda již byla zohledněna v konzultovaném návrhu. Množstevní slevy mají vliv na snížení pořizovací ceny, což se následně projeví v nižších odpisech.

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
I.2.8	Síťový efekt	T-Mobile Czech Republic a.s. (17)	<p>Síťový efekt je založen na tom, že pro zákazníka má vyšší hodnotu, pokud je součástí sítě operátora, který má velký počet zákazníků (zvláště v případě, pokud volání v rámci vlastní sítě je levnější, než volání do jiných sítí). Díky poskytování US tak její poskytovatel získává větší množství zákazníků, než by získal, pokud by poskytovatelem US nebyl, čímž se zvyšuje i možnost jeho běžných „komerčních“ zákazníků volat (obvykle levněji) v rámci vlastní sítě zákazníkům, kterým je poskytována US, což v konečném efektu zvyšuje hodnotu a atraktivitu takové sítě pro stávající i potenciální zákazníky, kteří mu generují dodatečné výnosy.</p> <p>Stejně tak se díky síťovému efektu zvyšuje atraktivita takové sítě pro tzv. třetí strany (subjekty, které neposkytují služby elektronických komunikací, nicméně mají zájem získat přístup k zákaznické bázi operátora – např. poskytovatelé obsahu).</p>	<p>Vzhledem k charakteru služeb, zahrnutých do výpočtu čistých nákladů, nelze tuto nepřímou výhodu započítat. V ČR nebyla uložena povinnost poskytovat službu připojení a přístupu, s výjimkou speciálních cenových plánů pro zdravotně postižené osoby. Cenové slevy se nezahrnují do výpočtu čistých nákladů.</p> <p>Podněty předložené T-Mobile Úřad vezme do úvahy při výpočtu ztráty z poskytování této služby za rok 2007, a to u všech poskytovatelů univerzální služby.</p>

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
I.3.	Vyčíslení nehmotných výhod v podmínkách České republiky	T-Mobile Czech Republic a.s. (18)	<p>V návrhu rozhodnutí se Úřad zabývá rovněž vyčíslením části nehmotných výhod, které vznikají Telefónica v souvislosti s poskytováním US. V roce 2006 poskytovala Telefónica US dle ZoEK v následujícím rozsahu:</p> <p>1) pravidelné vydávání telefonních seznamů čísel účastníků veřejně dostupné telefonní služby a přístup koncových uživatelů k těmto seznamům podle § 38 odst. 2 písm. c) ZoEK. Povinnost poskytovat tuto dílčí službu byla Telefónica uložena rozhodnutím č.j. 41709/2005-610/II.vyř. ze dne 21.12.2005, které nabylo právní moci tentýž den.</p> <p>Podle tohoto rozhodnutí byla Telefónica povinna zahájit poskytování této dílčí služby ode dne následujícího pod dni právní moci rozhodnutí (tedy od 22.12.2005).</p> <p>2) informační služba o telefonních číslech účastníků veřejně dostupné telefonní služby, dostupná pro koncové uživatele podle § 38 odst. 2 písm. d) ZoEK. Povinnost poskytovat tuto dílčí službu byla Telefónica uložena rozhodnutím č.j. 41709/2005-610/II.vyř. ze dne 21.12.2005, které nabylo právní moci tentýž den. Podle tohoto rozhodnutí byla Telefónica povinna zahájit poskytování této dílčí služby ode dne následujícího pod dni právní moci rozhodnutí (tedy od 22.12.2005).</p> <p>3) služby VTA podle § 38 odst. 2 písm. e) ZoEK. Povinnost poskytovat dílčí službu byla Telefónica uložena rozhodnutím č.j. 466/2006-610/II.vyř. ze dne 13.3.2006, které nabylo právní moci dne 14.3.2006. Podle tohoto rozhodnutí byla Telefónica povinna zahájit poskytování této dílčí služby do tří měsíců ode dne, kdy toto rozhodnutí nabylo právní moci. Z návrhu vyplývá, že plnění povinnosti uložené rozhodnutím bylo zahájeno dne 11.5.2006.</p> <p>4) přístup zdravotně postižených osob k veřejně dostupné telefonní službě rovnocenný s přístupem, který využívají ostatní koncoví uživatelé, zejména prostřednictvím speciálně vybavených telekomunikačních koncových zařízení podle § 38 odst. 2 písm. f) ZoEK. Povinnost poskytovat dílčí službu byla Telefónica uložena rozhodnutím č.j. 19 592/2006-610/IV. vyř. ze dne 12.7.2006, které nabylo právní moci tentýž den. Podle tohoto rozhodnutí byla Telefónica povinna zahájit poskytování této dílčí služby do tří měsíců ode dne, kdy toto rozhodnutí nabylo právní moci. Z návrhu vyplývá, že plnění povinnosti uložené rozhodnutím bylo zahájeno dne 11.10.2006.</p>	<p>Podle rozhodnutí o uložení povinnosti poskytovat službu uvedenou pod bodem 1) a 2) nemá poskytovatel univerzální služby nárok na úhradu čistých nákladů za tyto služby, proto společnost Telefónica O2 nevyúčtovala žádné čisté náklady na uvedené služby.</p> <p>Úřad se vyjadřuje k bodům 3) až 5) až v rámci konkrétních připomínek v následujících částech. Viz připomínky č. 19 až 28.</p>

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkující subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
			<p>5) doplňkové služby podle § 38 odst. 2 písm. g) ZoEK. Povinnost poskytovat dílčí službu byla Telefónice uložena rozhodnutím č.j. 19 594/2006-610/VIII. vyř. ze dne 28.7.2006, které nabylo právní moci tentýž den. Podle tohoto rozhodnutí byla Telefónica povinna zahájit poskytování této dílčí služby do tří měsíců ode dne, kdy toto rozhodnutí nabylo právní moci. Z návrhu vyplývá, že plnění povinnosti uložené rozhodnutím bylo zahájeno dne 28.10.2006. Ze všech uvedených dílčích služeb vyplývají poskytovateli US nepřímé výhody, jejichž vyčíslením se zabýváme v následujících částech těchto připomínek. Nutno podotknout, že T-Mobile nemá pochopitelně k dispozici velkou část informací a údajů<sup>12</sup>, které jsou nezbytné k vyčíslení těchto nehmotných výhod. Pracujeme pouze s veřejně dostupnými informacemi, popřípadě odbornými odhady.</p>	

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
I.3.1	Nehmotné výhody spojené se zvýšením síly značky („brand enhancement“) a image („corporate reputation“) poskytovatele US	T-Mobile Czech Republic a.s. (19)	<p>Obecný popis podstaty této nehmotné výhody je k dispozici v části I.2.1. Vyčíslení této nehmotné výhody je potom založeno na vyčíslení reklamních a marketingových nákladů, které by musel poskytovatel US (v případě, že by US neposkytoval) vynaložit, aby dosáhl stejného zvýšení síly značky a image u svých zákazníků stejně jako u zákazníků ostatních operátorů, jakého dosahuje z titulu poskytování US. Stejného efektu tedy poskytovatel US dosahuje s vynaložením nižších marketingových nákladů (viděno touto optikou poskytovatel US realizuje úsporu nákladů na reklamu a marketing). Tato nehmotná výhoda je vyčíslována jako určité procento reklamních a marketingových výdajů, které poskytovatel US vynaložil v příslušném roce. Takto postupuje při vyčíslování této nehmotné výhody britský regulační úřad Ofcom, francouzský regulační úřad ARCEP, italský regulační úřad AGCOM či belgický regulační úřad BIPT. Například Ofcom dlouhodobě vyčísľuje finančně tento nehmotný benefit jako ekvivalent dvaceti procent celkových marketingových a reklamních výdajů British Telecomu na retailovém trhu. Je samozřejmě otázkou, do jaké míry může komunikační trh ve Velké Británii sloužit jako benchmark pro situaci v České republice, neboť British Telecom je díky účinným nápravným opatřením na příslušných relevantních trzích zřejmě vystaven silnějšímu konkurenčnímu tlaku než je tomu u tuzemské společnosti Telefónica. Nicméně je zcela zřejmé, že i v podmínkách České republiky je tato nehmotná výhoda velmi významná. Hlavními zdroji těchto nehmotných výhod jsou reputace a image Telefónicy jako společensky odpovědné firmy a rovněž tak firmy, která poskytuje své služby komukoliv a kdekoliv (např. i v malých obcích, dle je na základě povinnosti poskytovat US umístěn VTA).</p> <p>Jak bylo uvedeno v kapitole v části I.2.1, standardně je tato nehmotná výhoda vyčíslována jako určité procento reklamních a marketingových výdajů na retailovém trhu za příslušný rok. Aplikujeme-li výše uvedených 20% používaných britským Ofcomem na reklamní a marketingové výdaje Telefónicy v roce 2006 (které odhadujeme na 1 100 mil Kč), výše této nehmotné výhody v roce 2006 by činila cca 220 milionů Kč.</p> <p>Jak bylo řečeno, vzhledem k nižší konkurenci zejména na fixních trzích, jejichž prostřednictvím je US v podmínkách České republiky v drtivé většině případů poskytována, lze předpokládat, že tato nehmotná výhoda Telefónicy bude nižší (tj. 220 milionů Kč bude zřejmě horní hranicí této nepřímé výhody v roce 2006). Domníváme se, že existuje poměrně jednoduchý a průkazný způsob, jak v podmínkách České republiky vypočítat spodní hranici této výhody.</p>	<p>Připomínka je založena na srovnávání poskytování univerzální služby v České republice a v zahraničí. T-Mobile ovšem nevzal v úvahu, že rozsah uložené povinnosti je v České republice zcela odlišný, proto ČTÚ nemůže převzít formu vyčíslení této výhody např. od Ofcomu. V České republice není uložena povinnost poskytovat připojení k veřejné telefonní síti a přístup k veřejně dostupné telefonní službě.</p> <p>Návrh T-Mobile je odvozen od poskytování zvláštních cen zdravotně postiženým osobám. V této souvislosti je třeba upozornit na to, že možnosti poskytovat službu zdravotně postiženým osobám mají podle zákon o elektronických komunikacích i mobilní operátoři. Tyto služby elektronických komunikací v hodnotě 200 Kč tvoří samostatnou část univerzální služby, jsou hrazeny ze státního rozpočtu a všichni poskytovatelé těchto služeb mají tedy rovné postavení jako společensky odpovědné firmy. ČTÚ tedy vznesené připomínky T-Mobile, včetně připomínek k efektivním nákladům, případně optimální struktuře sítě, vezme v úvahu při vyúčtování ztráty z poskytování zvláštních cen.</p>

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkující subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
			<p>Jak bylo řečeno výše, významným zdrojem této nehmotné výhody (nikoliv však jediným) je reputace a image Telefónicy jako společensky odpovědné firmy, která vyplývá z toho, že Telefónica poskytuje v rámci US služby zdravotně postiženým občanům. Od 1.1.2007 došlo ke změně režimu poskytování této dílčí US (kdy byla omezena poskytovateli refundovaná výše příspěvku na max. 200 Kč na oprávněnou osobu měsíčně, zatímco do konce roku 2006 byla refundována sleva ve výši používaného měsíčního paušálu).</p> <p>V roce 2006 poskytovala Telefónica tyto služby cca 66 tis. zdravotně postižených občanů a to prostřednictvím pevné telefonní sítě. Předpokládáme, že také během následujícího roku 2007 zůstal tento počet víceméně konstantní (tedy celkem 66 tis. takových zákazníků, z toho cca 2 tis. byla služba poskytována prostřednictvím mobilní sítě a cca 64 tis. prostřednictvím pevné sítě). Protože se ovšem od 1.1.2007 změnila podmínky poskytování této US, Telefónica přistoupila ke změně systému poskytování této US – kromě tzv. příspěvku od státu zavedla ještě tzv. „O2 slevu“ pro zdravotně postižené osoby ve výši 85,60 Kč pokud je zdravotně postižené osobě poskytována veřejná mobilní telefonní služba a 203,41 Kč, pokud je zdravotně postižené osobě poskytována veřejná pevná telefonní služba.</p> <p>V návrhu je obsaženo stanovisko Telefónicy (viz str. 15 návrhu), že Telefónica „...může akceptovat únosnou zátěž maximálně do výše 10 mil. Kč.“ Jakkoliv není zřejmé, o jaké úvahy se u firmy takové velikosti, ziskovosti a významu toto tvrzení opírá, je zřejmé, že cca 133 mil. Kč<sup>15</sup>, které Telefónica v roce 2007 vynaložila na poskytování „O2 slevy“, aby mohla poskytovat své služby stejné bázi zdravotně postižených osob jako v roce 2006, není pro Telefónicu ztrátou, nýbrž spodní hranicí vyčíslení reputace a image Telefónicy jako společensky odpovědné firmy. Protože tato image a reputace je jen jedním ze zdrojů nehmotných výhod spojených se zvýšením síly značky („brand enhancement“) a image („corporate reputation“) poskytovatele US, lze částku 133 mil Kč. považovat za spodní hranici výše této nehmotné výhody Telefónicy v roce 2006.</p> <p>Na závěr této části lze tedy konstatovat, že výše této nehmotné výhody v roce 2006 se v případě Telefónicy pohybovala v rozmezí 133 – 220 mil. Kč.</p>	

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
I.3.2	Nehmotné výhody spojené s efektem „všudypřítomnosti“ („ubiquity“)	T-Mobile Czech Republic a.s. (20)	<p>Obecný popis podstaty této nehmotné výhody je k dispozici v části I.2.2. V podmínkách České republiky je tato nehmotná výhoda spojena zejména se zákazníky, kterým je poskytována US a kteří po změně místa bydliště opět jako svého poskytovatele komunikačních služeb (ať už poskytovaných v rámci US nebo za běžných obchodních podmínek) zvolí svého dosavadního poskytovatele.</p> <p>Základem pro výpočet této nehmotné výhody je identifikace zákaznické báze, na kterou se tento efekt vztahuje. Zcela určitě to budou všichni zákazníci, kterým je poskytována veřejná telefonní služba v rámci uložené povinnosti poskytovat US.</p> <p>Jedná se tedy o:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zákazníky veřejně dostupné telefonní služby v pevném místě, kterým jsou poskytovány doplňkové služby podle § 38 odst. 2 písm. g) ZoEK (v dalším textu kapitoly I.3.2 uvádění jako „skupina A“),</li> <li>• zdravotně postižené osoby, kterým je poskytován přístup k veřejně dostupné telefonní službě podle § 38 odst. 2 písm. f) ZoEK (v dalším textu kapitoly I.3.2 uvádění jako „skupina B“),</li> <li>• zdravotně postižené osoby, kterým byla v roce 2006 poskytována sleva na měsíční paušál podle zákona č. 151/2000 Sb. o telekomunikacích.</li> </ul> <p>T-Mobile není známo, jaký byl počet zákazníků Telefónicy v roce 2006 v jednotlivých skupinách, ani to nevyplývá z návrhu. V dalším výpočtu budeme pracovat s následujícími odhady:</p> <p>Skupina A: V návrhu rozhodnutí Úřad uvádí, že Telefónica u služby bezplatné položkové vyúčtování ceny předložila čisté náklady ve výši 713 055 Kč. Vydeme-li ze známé maximální roční výše jednotkových nákladů na tuto službu (max. 29 Kč) a Úřadem uváděné délky poskytování služby v roce 2006 (65 dnů), předpokládaný počet zákazníků ve této službě v roce 2006 = <math>713\ 055 / ((65/365) \cdot 29) = 138\ 072</math>.</p> <p>Stejným postupem je možné vypočítat počet zákazníků u služby bezplatného zamezení odchozích volání pro účastníky. Protože tento počet je zanedbatelný a u velké většiny z nich se jedná o zákazníky, kterým je rovněž poskytována služba bezplatné položkové vyúčtování ceny, nebudeme o tyto zákazníky zvyšovat výše uvedený počet 138 072.</p> <p>Skupina B: V případě těchto zákazníků se naopak v převážné většině jedná o zákazníky, kteří současně patří do níže uváděné skupiny C.</p> <p>Skupina C: Počet těchto zákazníků odhadujeme na cca 66 000.</p>	<p>Připomínka se nedrží základní definice nepřímých výhod, uvedené ve vyhlášce č. 388/2006 Sb. o čistých nákladech univerzální služby v elektronických komunikacích, ve které je uvedeno, že nepřímou výhodou je úspora nákladů dosažená v souvislosti s poskytováním dílčí služby. Výpočet T-Mobile je založen na průměrných ročních výnosech na zákazníka.</p>

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
			<p>Vezmeme-li v úvahu, že rovněž zákazníci skupiny A a C se mohou částečně „překrývat“, v dalším výpočtu budeme počítat s celkovou bází 180 000 zákazníků.</p> <p>Nyní je třeba stanovit, kolik z těchto cca 180 tis. zákazníků Telefónicy v roce 2006 změnilo bydliště, přičemž si v nové lokalitě zvolilo Telefónicu jako svého poskytovatele komunikačních služeb. Přesné číslo lze zjistit z údajů Telefónicy, my použijeme při výpočtu opět odhad:</p> <p>Český statistický úřad (dále jen „ČSÚ“) mj. sleduje i údaj o tzv „vnitřní migraci“ – tedy kolik obyvatel změnilo v tom kterém roce trvalé bydliště. Disponibilní časová řada sice končí rokem 2004 nicméně meziroční změny nejsou výrazné a pro zamýšlený účel plně vyhovují. Skutečná „vnitřní migrace“ bude sice vyšší než je uváděná (díky tomu, že ne každá změna místa bydliště znamená rovněž změnu adresy trvalého pobytu, o kterou se opírají údaje ČSÚ, nicméně na druhé straně zdravotně postižení lidé, kteří tvoří nezanedbatelnou část výchozí výpočtové báze, zřejmě nemění bydliště stejně často jako většinová populace.</p> <p>Vztáhneme-li počet „vnitřních migrantů“ na celkový počet obyvatel České republiky, dostaneme procentuální podíl lidí, kteří ročně změni místo svého bydliště:</p> <p>Procento vnitřní migrace v roce 2006 = cca 190 000 / cca 10 260 000 = 1,85 %</p> <p>Pokud to procento aplikujeme na výchozí bázi pro vyčíslení nehmotné výhody spočívající v efektu „všudypřítomnosti“, dostaneme cca 3330 (= 180 000 x 0,0185) zákazníků, kterým byla v roce 2006 poskytována US a kteří se rozhodli změnit v tomto roce své bydliště.</p> <p>Otázkou samozřejmě zůstává, jak velká část zákazníků si po změně bydliště opět jako svého poskytovatele zvolí Telefónicu. Zákazníci, kteří využívají US, jsou rovněž velmi konzervativní a spíše neochotní ke změně poskytovatele komunikačních služeb.<sup>18</sup> Z výše uvedených příčin lze předpokládat, že po změně bydliště si opět Telefónicu zvolí 90 % těchto zákazníků. Pokud by se neprojevoval efekt „všudypřítomnosti“, zákazník, který změni bydliště, by si mnohem častěji volil některého z jiných poskytovatelů komunikačních služeb a to s pravděpodobností, která by odpovídala distribuci zákaznické báze (tržnímu podílu) v příslušném roce.</p> <p>Podíl společnosti Telefónica na celkovém počtu zákazníků komunikačních služeb v roce 2006 byl cca 49%. Znamená to, že díky efektu „všudypřítomnosti“ si Telefónicu opět zvolilo více cca 1365 zákazníků</p>	



Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
			<p>Pro výpočet výše této nehmotné výhody je třeba počítat s dalšími vstupy a proměnnými, které nemá T-Mobile k dispozici. Jedná se o:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• průměrnou roční „hodnotu“ (value) zákazníka Telefónicy</li> <li>• průměrnou dobu, po kterou zákazník odebírá komunikační služby Telefónicy (zákazník, který si při změně lokality opět zvolí Telefónicu, bude Telefónice přinášet hodnotu nejen v příslušném roce, ale i v letech následujících).</li> </ul> <p>Výši této nehmotné výhody v příslušném roce tak můžeme vyjádřit jako čistou současnou hodnotu, kterou takový zákazník přinese poskytovateli US.</p> <p>Použijeme-li disponibilní finanční výsledky Telefónicy v roce 2006, můžeme na základě ARPU (průměrných ročních výnosů na zákazníka) a hrubé ziskové marže (zisk před zdaněním / výnosy ze služeb) tuto hodnotu odhadnout na cca 1505 Kč. Průměrnou dobu, po kterou zůstává zákazník u Telefónicy odhadneme následovně:</p> <p>Na workshopu k trhu č. 5, který proběhl dne 3.3.2008 bylo řečeno, že tato doba je výrazně delší než dva roky (řekněme tedy 2,75 roku). Vzhledem k výše zmiňované vyšší konzervativnosti zákazníků, kterým jsou poskytovány služby v rámci US) u této skupiny zákazníků odhadujeme tuto dobu na 4 roky.</p> <p>Jak bylo řečeno výše, nyní můžeme vyčíslit výši této nehmotné výhody v roce 2006 jako čistou současnou hodnotu těchto zákazníků (jako diskontní sazbu použijeme regulovanou WACC pro US ve výši 11,18 %), přičemž její výše dosahovala cca 7 mil Kč.</p>	
I.3.3	Nehmotné výhody spojené s efektem životního cyklu („life cycle effect“)	T-Mobile Czech Republic a.s. (21)	<p>V podmínkách České republiky se nepřímé výhody spojené s efektem životního cyklu týkají dvou rozdílných skupin zákazníků, resp. služeb, pro které je třeba přistoupit k separátním analýzám a výpočtům:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• do první skupiny lze zařadit zákazníky veřejně dostupné telefonní služby v pevném místě, kterým jsou poskytovány doplňkové služby podle § 38 odst. 2 písm. g) ZoEK, zdravotně postižené osoby, kterým je poskytován přístup k veřejně dostupné telefonní službě podle § 38 odst. 2 písm. f) ZoEK a konečně pak zdravotně postižené osoby, kterým byla v roce 2006 poskytována sleva na měsíční paušál podle zákona č. 151/2000 Sb. o telekomunikacích</li> <li>• do druhé skupiny lze zařadit služby neekonomických VTA poskytovaných v rámci US</li> </ul>	Připomínka je vypořádána u konkrétních podbodů - viz připomínky č. 22 a 23.

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkující subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
I.3.3.1	Nepřímé výhody spojené s efektem životního cyklu („life cycle effect“) u první skupiny	T-Mobile Czech Republic a.s. (22)	Konkrétní vyčíslení této nepřímé výhody lze provést jen obtížně, pokud nemáme k dispozici provozní a finanční údaje o zákaznických segmentech, které spadají do této skupiny. Domníváme se nicméně, že jen menší část z nich je pro poskytovatele US (i bez vlivu životního cyklu) skutečně ztrátových. Vyčíslení tohoto této nepřímé výhody by bylo provedeno na základě čisté současné hodnoty aplikované na roční hodnotu zákazníka (zpočátku „zápornou“, později „kladnou“) za celou dobu jeho životního cyklu.	Připomínka se nedrží základní definice nepřímých výhod, uvedené ve vyhlášce č. 388/2006 Sb. o čistých nákladech univerzální služby v elektronických komunikacích, ve které je uvedeno, že nepřímou výhodou je úspora nákladů dosažená v souvislosti s poskytováním dílčí služby. Výpočet T-Mobile je založen na průměrných ročních výnosech na zákazníka.
I.3.3.2	Nepřímé výhody spojené s efektem životního cyklu („life cycle effect“) u druhé skupiny	T-Mobile Czech Republic a.s. (23)	V případě služby VTA se efekt životního cyklu projevuje v zásadě opačným způsobem než u zákazníků – fyzických osob. Vzhledem k poklesu zájmu o využívání služby VTA lze totiž předpokládat, že část VTA, která v roce 2006 spadala do kategorie neekonomických VTA, které by poskytovatel US neprovozoval, pokud by neměl uloženou příslušnou povinnost je sice ztrátová, pokud posuzujeme čisté náklady (před započtením nepřímých výhod) pouze v roce 2006, ale byla zisková pokud posuzujeme čisté náklady (před započtením nepřímých výhod) i za předchozí roky. Pokud potom vezmeme v úvahu celý životní cyklus příslušného VTA (tedy dříve ziskové a nyní ztrátové roky), můžeme dojít k závěru, že z pohledu celého životního cyklu je příslušný VTA pro poskytovatele ziskový. V podmínkách České republiky nabývá tento efekt na významu za situace, kdy se významně mění rozsah US stejně jako způsob výpočtu nákladů spojených s jejím poskytováním. Výpočet si nicméně vyžaduje detailní analýzu ekonomických a provozních ukazatelů na úrovni jednotlivých VTA.	Připomínka vychází z mylného předpokladu, že do výpočtu čistých nákladů u souboru VTA daného v rozhodnutí o uložení této dílčí služby jsou zařazeny pouze ztrátové VTA. Do vyúčtování čistých nákladů musí být začleněny všechny VTA v rámci povinnosti bez ohledu na to, zda jsou ztrátové nebo nejsou. Efekt životního cyklu je třeba vztáhnout pouze na tu dobu, kdy je VTA zařazeno do univerzální služby v rámci daného režimu financování.

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkující subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
I.3.4	Bezplatná přítomnost vlastního loga a reklamy na kabinách VTA	T-Mobile Czech Republic a.s. (24)	<p>Vyčíslením této nehmotné výhody se Úřad v návrhu zabýval. Jak je podrobně popsáno v části I.4, vycházel přitom ovšem z chybného předpokladu o počtu neekonomických VTA (kterých je dle výpočtu T-Mobile cca 1600). Není rovněž zřejmé, na základě čeho dospěl Úřad k závěru, že logo společnosti vidí v obcích do 9000 obyvatel méně potenciálních zákazníků než v obcích nad 9000 obyvatel ani to, na základě čeho dospěl Úřad k závěru, že v takovýchto obcích nejsou plochy pro vyvěšování placené inzerce a propagace. Konečně pak není příliš zřejmé, na základě čeho dospěl Úřad k závěru, že v průměru má smysl brát v úvahu pouze ze čtyř stran (T-Mobile se domnívá, že ¼ plochy, na které je umístěno logo Telefónicy – tedy tři ze čtyř stran – zcela jistě eliminují Úřadem popisované případy „reklamně nevýhodného“ umístění VTA).</p> <p>Vydeme-li z odhadované plochy loga na jednom VTA ve výši 0,5 m<sup>2</sup>, Úřadem uváděné průměrné roční ceny cca 4400 Kč za 1 m<sup>2</sup> za rok a předpokládaného počtu 1600 neekonomických VTA (viz část I.4), a koeficientu ¼, dostáváme částku této nehmotné výhody ve výši cca 2 640 000 Kč.</p> <p>Pokud se týká vyčíslená nehmotné výhody z vlastní bezplatné reklamy, nelze souhlasit zejména s předpokládanou 80% slevou z titulu, že na příslušné volné plochy lze umístit pouze „všeobecnou reklamu“ – jednak z hlediska nákladů na reklamu se nerozlišuje mezi reklamou „všeobecnou“ a „na konkrétní produkty“ jednak celá řada takových reklamních kampaní „např. na IPTV“ by pro zákazníky menších obcí postrádal smysl. Vyčíslení této nehmotné výhody Úřadem považujeme tedy za podhodnocené.</p>	<p>Připomínka akceptována v části týkající se vymezení obcí pro umístění placené reklamní plochy, počtu stran loga a výši slevy na vlastní bezplatnou reklamu.</p> <p>Do odůvodnění bylo doplněno, jak byl stanoven okruh obcí, u kterých se počítá úspora nákladů na placenou reklamu.</p>
I.3.5	Poskytování dodatečných (komerčních) služeb na infrastruktuře vybudované z titulu poskytování US	T-Mobile Czech Republic a.s. (25)	<p>Výpočet této nehmotné výhody vyžaduje detailní znalost o zákaznících, kterým je poskytována US popřípadě další komerčně poskytované služby, stejně jako výše a struktury nákladů, které jsou díky tomuto efektu nemusí poskytovatel US vynakládat</p>	<p>Připomínka vychází z mylného předpokladu, že infrastruktura byla v minulosti hrazena v rámci mechanismu sdílení nákladů univerzální služby mezi operátory.</p>

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkující subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
I.3.6	Přístup k informacím o zákaznících využívaných US	T-Mobile Czech Republic a.s. (26)	<p>V podmínkách České republiky dosahuje poskytovatel US úspory reklamních a akvizičních nákladů, kterých dosahuje u zákazníků, kterým zasílá pravidelně měsíční vyúčtování za služby díky reklamě na své produkty a služby, které přikládá k tomuto měsíčnímu vyúčtování (oproti situaci, kdy by zasílal takováto reklamní sdělení samostatně).</p> <p>Vyjdeme-li z počtu zákazníků US, u kterých se mohla tato nehmotná výhoda projevit (cca 180 tis. – viz část I.3.2), z úspory nákladů ve výši 10 Kč na jednu takovou tzv. „přílohu k měsíčnímu vyúčtování“ a z konzervativního předpokladu, že takové reklamní sdělení je zasíláno pouze s každým třetím měsíčním vyúčtováním, příslušnou nehmotnou výhodou lze vyčíslit ve výši cca 7 200 000 Kč.</p>	Vzhledem k tomu, že součástí čistých nákladů nejsou náklady na poštovné, nelze použít jako výhodu ušetřené náklady na přikládání reklamy k měsíčnímu podrobnému vyúčtování tak, jak jsou navrženy v připomínce.
I.3.7	Úspory nákladů spojené s množstevními slevami na pořizovanou komunikační infrastrukturu a zařízení	T-Mobile Czech Republic a.s. (27)	Vyčíslení takovýchto nehmotných výhod vyžaduje detailní analýzu telekomunikačního zařízení, infrastruktury atp., které by poskytovatel US v příslušném roce nenakoupil a z tohoto důvodu by případně dosahoval nižší množstevní slevy. Výchozí diskem pro vyčíslení by tak např. bylo cca 1600 „nadbytečných“ VTA (viz část I.4) či 180 000 nadbytečných pevných linek (viz část I.3.2). Je nutné ovšem vzít v úvahu, že část těchto zákazníků by komunikační služby Telefónicy využívala i pokud by Telefónica nebyla poskytovatelem US.	Připomínka není relevantní, slevy byly promítnuty do účetních nákladů, neboť pořizovací cena po započtení slev je východiskem pro vyúčtování odpisů.

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
I.4	Zahrnutí VTA poskytovaných nad rámec uložené povinnosti poskytovat tyto VTA v rámci US do výpočtu čistých nákladů	T-Mobile Czech Republic a.s. (28)	<p>Z návrhu vyplývá, že do výpočtu čistých nákladů na poskytování US bylo zahrnuto 9298 VTA a 259 veřejných telefonních stanic. Na základě této informace se T-Mobile domnívá, že do výpočtu čistých nákladů byla zahrnuta část VTA poskytovaných nad rámec uložené povinnosti (tedy na komerčním základě). Tento svůj názor opírá T-Mobile o následující skutečnosti:</p> <p>Rozsah uložené povinnosti i poskytovat v rámci US služby VTA je v příslušném rozhodnutí vymezen následovně:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 VTA (nebo VTS - veřejná telefonní stanice) v každé obci do 999 obyvatel,</li> <li>• 1 VTA na každých započatých 1200 obyvatel v obcích od 1000 do 4999 obyvatel</li> <li>• 1 VTA na každých započatých 2000 obyvatel v obcích od 5000 do 49999 obyvatel</li> </ul> <p>Jak vyplývá z tabulky č.1, která je součástí přílohy těchto připomínek, vzhledem k tomu, že část povinnosti poskytovat v rámci US služby VTA je plněna prostřednictvím VTS (jedná se o výše zmiňovaných 259 VTS), k plnění zbývající části povinnosti je třeba, aby v obcích do 49999 obyvatel bylo instalováno celkem 7942 VTA. Pouze tyto VTA lze považovat jako výchozí bázi pro výpočet čistých nákladů z poskytování US (bude vysvětleno dále).</p> <p>Znamená to, že celkem 1356 VTA je v současné době do výpočtu čistých nákladů zahrnuto neoprávněně.</p> <p>Nyní je ovšem třeba (v souladu s principem, resp. zákonným požadavkem zmiňovaným v části I.1.1) stanovit, které z těchto VTA (popřípadě VTS) by poskytovatel US v obcích do 49999 obyvatel neprovozoval, pokud by neměl uloženu povinnost poskytovat je v rámci US.</p> <p>Úřad dosud při výpočtu čistých nákladů v roce 2006 vychází z evidentně nerealistického předpokladu, že by v případě neuložení povinnosti poskytovat služby VTA nebyl v obcích do 49999 obyvatel provozován žádný VTA. T-Mobile se domnívá, že by tomu tak nebylo a že i v případě neuložení povinnosti poskytovat služby VTA byl nadále v obcích do 49999 provozován určitý počet VTA na komerčním základě. O kolik VTA by se jednalo lze odhadnout následovně:</p> <p>Na základě „nové“ povinnosti uložené Telefónice rozhodnutím č.j. 466/2006-610/II.vyř. ze dne 13.3.2006, které nabylo právní moci dne 14.3.2006, provozuje Telefónica od 11.5.2006 veškeré VTA v obcích od 50 tis. obyvatel na základě svého svobodného obchodního rozhodnutí.</p>	<p>Připomínka vychází z nesprávného pochopení rozsahu uložené povinnosti. Rozdíl v počtu VTA je dán tím, že ve vyúčtování čistých nákladů v kategorii obcí do 999 obyvatel je zahrnuto více VTA než je počet obcí.</p> <p>V rozhodnutí o uložení povinnosti je uvedeno, že poskytovatel služby je povinen provozovat veřejné telefonní automaty v takovém rozsahu, aby byla zajištěna dostupnost dílčí služby za podmínky, že v každé obci do 999 obyvatel bude provozovat alespoň 1 VTA s tím, že tato povinnost je splněna i provozováním veřejné telefonní stanice.</p> <p>Výpočet T-Mobile se odchyluje od údajů Úřadu i dalších dvou kategoriích. Úřad má k dispozici přesný výpočet povinnosti služby VTA podle jednotlivých obcí, který byl zpracován odborem státní kontroly.</p> <p>Porovnávání poskytování služby v obcích do 50 tis. obyv. s velkými městy je irelevantní. Pokud by podmínky poskytování služby byly v obou typech lokalit totožné, nebyl by důvod ukládat v rámci US povinnost poskytování VTA.</p> <p>Pokud T-Mobile vycházel z celkového počtu zrušených VTA, je na místě upozornit, že Telefónica ruší VTA i v malých městech, a to ty, které jsou poškozené nebo ztrátové a nejsou zahrnuty do US.</p> <p>Úřad vzal v úvahu, že VTA, které stojí mimo povinnost univerzální služby, může poskytovatel univerzální služby zrušit v kdykoliv. Záleží jen na jeho vůli, zda zruší všechny neekonomické VTA současně v jednom okamžiku, nebo je pro něho výhodnější rušit je postupně. Při rušení VTA se jejich provozovatel může řídit různými hledisky, např. tím že nejprve zruší VTA porouchané nebo náročné na údržbu.</p>

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkující subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
			<p>Lze se tedy domnívat, že pokud do té doby určité VTA v těchto městech provozovala pouze na základě uložené povinnosti (neekonomické VTA), provozování neekonomických VTA bylo již ukončeno (od 11.5.2006 již uplynuly téměř dva roky, což je dostatečná doba na provedení případných změn). Pokud porovnáme počet VTA provozovaných v obcích nad 50 tis. obyvatel ke konci roku 2005 a 2007, můžeme se tedy důvodně domnívat, že případné snížení tohoto počtu je dáno ukončením provozu neekonomických VTA.</p> <p>Vývoj celkového počtu VTA v České republice je uveden v Příloze (Obr. 1). Bohužel, celkový počet VTA provozovaných v ČR koncem roku 2007 je pouze odhadem. Vyjdeme-li z předpokladu, že z tohoto počtu bylo 9298 VTA bylo provozováno v obcích do 49999 obyvatel (část z nich na komerčním základě), zjistíme, že snížení počtu VTA v obcích nad 50 tis. obyvatel mezi koncem roku 2005 a koncem roku 2007 činí 18,4%. Lze se důvodně domnívat, že tento pokles komerčně provozovaných VTA v městech nad 50 tis. obyvatel ze přisuzovat ukončení provozování počtu neekonomických VTA (tedy VTA, které poskytovatel US přestal provozovat poté, co již neměl povinnost provozovat je v rámci US). Jinými slovy řečeno, celých 81,6% VTA ve městech nad 50 tis. obyvatel by poskytovatel US provozoval (resp. provozuje) i bez uložené povinnosti poskytovat je v rámci US.</p> <p>T-Mobile není známo, jak se liší podmínky provozování VTA v obcích nad 50 tis. a pod 50 tis. obyvatel (k tomu je nutná znalost provozních a finančních ukazatelů každého jednotlivého VTA). Vyjdeme tedy z předpokladu, že tyto podmínky se neliší, a rovněž ve městech pod 50 tis. obyvatel by cca 80% VTA, provozovaných na základě uložené povinnosti poskytovat je v rámci US, bylo poskytováno i bez uložení této povinnosti. Počet VTA, který by Telefónica ve městech do 50 tis. obyvatel bez uložení povinnosti zřejmě neprovozovala, tedy dosahuje cca 1600.</p> <p>Při výpočtu čistých nákladů spojených s provozováním těchto cca 1600 VTA, je nyní nutné provést výpočet na základě postupu a principů, které byly popsány v částech I.1.1 – I.1.3. Z návrhu nevyplývá, jakým způsobem Úřad vyčíslil čisté náklady (před započtením nehmotných výhod). Pro praktickou aplikaci tohoto postupu a principů ostatně nikdo jiný Telefónica (resp. Úřad) nemá potřebné vstupní údaje.</p>	

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
			Vydeme tedy z průměrné výše čistých nákladů na 1 VTA (po započtení tržních výhod), ke kterým Úřad dospěl dle návrhu (tj. 7831 Kč u VTA) a aplikujeme-li tuto výši na cca 1600 VTA, které by Telefónica v obcích do 50 tis. obyvatel zřejmě neprovozovala, dostáváme čistí náklady z provozování VTA za rok 2006 (před započtením Úřadem dosud neposuzovaných výhod) ve výši 12 529 600 Kč.	Počet VTA neodpovídá uložené povinnosti, která vycházela z podmínek uvedených ve výběrovém řízení.
I.5	Posouzení toho, zda vyčíslené čisté náklady představují pro poskytovatele US neúnosnou zátěž	T-Mobile Czech Republic a.s. (29)	<p>Vydeme-li z výše uvedeného, docházíme v roce 2006 prozatím k následujícímu výpočtu čistých nákladů:</p> <p>Čisté náklady (po započtení čistých výhod) = (135 348 557 Kč) až (222 348 557).</p> <p>Čisté náklady poskytovatele US (i bez vyčíslení veškerých nehmotných výhod) byly záporné ve výši cca 135 – 222 mil. Kč. Poskytovatel US (Telefónica) realizovala z poskytování US čisté výnosy, které nepředstavují nepřiměřenou zátěž.</p> <p>Čisté náklady (před započtením nehmotných výhod):</p> <p>a) VTA 12 529 600 Kč b) VTS 690 603 Kč</p> <p>Poskytování rovnocenného přístupu ke službám</p> <p>a) pronájem KZ 551 377 Kč b) prodej KZ 2 930 Kč</p> <p>Doplňkové služby 716 033 Kč</p> <p>Celkem čisté náklady (před započtením nehmotných výhod): 14 490 543 Kč</p> <p>Nehmotné výhody:</p> <p>Zvýšení síly značky a image 133 000 000 Kč - 220 000 000 Kč „Všudypřítomnost“ 7 000 000 Kč</p> <p>Efekt životního cyklu:</p> <p>a) veřejná telefonní služba v pevném místě ? Kč b) služby VTA ? Kč</p> <p>Bezplatná přítomnost loga na kabinách VTA 2 640 000 Kč Bezplatná reklama na kabinách VTA ? Kč</p> <p>Poskytování dodatečných (komerčních) služeb na infrastruktuře US ? Kč Přístup k informacím o zákaznících využívajících US 7 200 000 Kč Úspory nákladů spojené s množstevními slevami ? Kč</p> <p>Celkem nehmotné výhody: 149 840 000 Kč - 236 840 000 Kč</p> <p>Čisté náklady (po započtení čistých výhod) = (135 348 557 Kč) až (222 348 557).</p> <p>Čisté náklady poskytovatele US (i bez vyčíslení veškerých nehmotných výhod) byly záporné ve výši cca 135 – 222 mil. Kč. Poskytovatel US (Telefónica) realizovala z poskytování US čisté výnosy, které nepředstavují nepřiměřenou zátěž.</p>	Výpočet není relevantní k uloženým dílčím službám v podmínkách České Republiky a k míře zahrnutí nepřímých výhod. Viz připomínky č. 19 až 28.

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
II. STANOVISKA A NÁZORY K NÁVRHU OPATŘENÍ		T-Mobile Czech Republic a.s. (30)	<p>Jak vyplývá z připomínek uvedených v části I, vyčíslení nehmotných výhod je velmi náročné na znalosti, zkušenosti a fundovanost toho, kdo příslušné vyčíslení provádí. Je nutné se dobře orientovat ve finančním a nákladovém účetnictví, mít zkušenost z oblasti oceňování podniků, stejně jako velkou znalost místních trhů elektronických komunikací. Vyčíslení nepřímých výhod si vyžaduje velké množství informací a údajů a také nemalé množství času.</p> <p>Dokonce i regulační úřad, jehož zázemí v těchto oblastech patří zřejmě k tomu nejlepšímu, s čím se lze v rámci EU setkat, totiž britský Ofcom (tehdy ještě Oftel) nechal tuto problematiku rozpracovat analytické společnosti Analysis.</p> <p>Obdobně postupovali i jiné regulační orgány, např. italský AGCOM (Europe economics) či australský regulační úřad ACA (Ovum, CRA, Nera).</p> <p>V neposlední řadě pak nelze nebrat v úvahu, že vyčíslení nehmotných výhod není zcela jednoznačné a vždy bude předmětem sporů. Z tohoto důvodu doporučujeme, aby i Úřad zvážil, zda by nebylo vhodnější i v případě České republiky využít služeb některé z renomovaných poradenských firem.</p>	<p>Úřad bere doporučení na vědomí. Postup Úřadu je v souladu se zákonem o elektronických komunikacích a s vyhláškou č. 388/2006 Sb. o čistých nákladech univerzální služby v elektronických komunikacích.</p>
I. PŘIPOMÍNKY K JEDNOTLIVÝM ČÁSTEM/USTANOVENÍM NÁVRHU OPATŘENÍ: 1. písm. A. Průběh správního řízení:	i) str. 2 – „Úřad vycházel při výpočtu z údajů předložených ve variantě B, výpočet uvedený ve variantě A byl použit pouze jako podklad pro porovnání výsledků před impairmentem a po impairmentu.“	Vodafone Czech Republic a.s. (31)	<p>Návrh: Doplnit odůvodnění.</p> <p>Ze zde uvedeného textu není vůbec zřejmé, co vedlo správní orgán k tomu, aby pro vydání rozhodnutí vycházel z podkladů předložených účastníkem ve variantě B. Pouhé konstatování rozhodně není dostatečné z pohledu řádného odůvodnění výrokové části rozhodnutí.</p>	<p>Zdůvodnění je na str. 10 a 11 rozhodnutí, připomínka je však akceptována v tom smyslu, že bude zlepšena návaznost jednotlivých částí.</p>
	ii) str. 2 odst. začínající větou: „Bezprostředně po předložení výpočtu čistých nákladů..... Druhá věta: „.....ze dne 13.8.2006.....“	Vodafone Czech Republic a.s. (32)	<p>Návrh: Správně asi mělo být uvedeno: „.....ze dne 13.8.2007.....“</p> <p>Z logiky věci a vývoje řízení lze předpokládat, že se jedná o písařskou chybu</p>	<p>Připomínka akceptována.</p>



Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkující subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
2. písm. D. Výpočet tržních výhod:	i) str. 7 – Výnosy související s poskytováním dílčí služby byly zjištěny pouze u služby veřejných telefonních automatů, a to výnosy z pronájmu reklamních ploch umístěných na budkách VTA	Vodafone Czech Republic a.s. (33)	Návrh: Doplnit odůvodnění. Správní orgán se vůbec nevypořádal s odůvodněním tohoto svého závěru, přičemž je zřejmé, že do výnosů souvisejících s poskytováním dílčích služeb v rámci US nutně musí být zahrnuty i výnosy z poskytnutých služeb při využití dílčí služby US (zejména výnosy z uskutečněných volání, odeslaných SMS, přijatých volání – terminační poplatek aj.)	Odůvodnění bylo doplněno ve smyslu zvýšení přehlednosti. Všechny přímé výnosy ze služby tj. z volání byly do výpočtu zahrnuty.
	ii) str. 7 – Výhoda bezplatné reklamy na budkách VTA	Vodafone Czech Republic a.s. (34)	Pro řádné stanovení nepřímé výhody spojené s využitím vlastních VTA poskytovaných v rámci US musí správní orgán vycházet ze srovnatelných skutečností na daném trhu a ze zde uplatňované ceny obvyklé. Není možné vycházet ze smluvních podmínek sjednaných poskytovatelem US a jeho smluvního partnera, neboť tyto budou zřejmě nestandardní. Dále z odůvodnění správního orgánu není zřejmé, z jakého důvodu akceptoval účastníkem požadovanou slevu 80% zvlášť když rozlišování mezi tzv. image reklamou a reklamou produktovou je na trhu poskytování reklamy zcela běžné. Podmínky sjednané dvoustrannou smlouvou mezi poskytovatelem US (VTA) a pronájemcem reklam na budkách VTA nemůže být rozhodovacím faktorem při ověřování skutečné výše tržních výhod spojených s poskytováním dané dílčí služby US. V opačném případě by správní orgán mohl také zjistit, že si smluvní strany dohodly takové podmínky, které de fakto pro poskytovatele dílčí služby US žádnou výhodu nepředstavují případně dokonce jsou pro něj „nevýhodné“.	Obě části připomínky akceptovány.

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkující subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
	<p>iii) str. 8 – Výhoda bezplatné reklamy na budkách VTA (první odstavec): „Účastník řízení také uvedl, že plakát s reklamou je umístěn v rámci technologové nezbytnosti odstínit plochu pro umístění reklamy před slunečním zářením (součást záručních podmínek VTA).“</p>	<p>Vodafone Czech Republic a.s. (35)</p>	<p>Návrh: Doplnit názor správního orgánu a tento řádně odůvodnit.  a) Předmětným vyjádřením účastník řízení de facto konstatuje, že umístěním plakátu s reklamou realizuje úspory z nákladů na odstínění plochy pro umístění reklamy před slunečním zářením jiným způsobem. Správní úřad by toto měl do své kalkulace tržních výhod tuto skutečnost rovněž zahrnout.  b) Takto umístěná reklama i nadál plní svůj primární účel, kterým je propagace účastníka řízení a jeho služeb/zboží.  Tato část rozhodnutí opět zcela postrádá odůvodnění správního orgánu jak se s daným tvrzením účastníka řízení vypořádal.</p>	<p>Připomínka byla akceptována, text odůvodnění byl doplněn.</p>
	<p>iv) str. 8 – Nepřímé výhody zjištěné Úřadem (1. Výhoda propagace značky a jména společnosti):</p>	<p>Vodafone Czech Republic a.s. (36)</p>	<p>Správní orgán omezuje tuto nepřímou výhodu poskytovatele univerzální služby pouze na umístění loga na budkách VTA, přičemž jiné možné nepřímé výhody propagace značky a jména společnosti ponechává bez vyjádření, např. všeobecné povědomí o značce účastníka řízení ve společnosti díky prosté kontinuitě poskytování daných dílčích služeb US z doby, kdy účastník řízení požíval postavení absolutního monopolisty na trhu poskytování veřejných telefonních sítí a služeb.  Opět zde chybí jakékoliv odůvodnění tohoto postoje správního orgánu.</p>	<p>Připomínka byla akceptována, odůvodnění bylo doplněno.  V souvislosti se službami zahrnutými do výpočtu čistých nákladů lze považovat za kontinuální pouze poskytování služeb VTA a pronájem speciálních koncových zařízení. U služby VTA byla přímá výhoda vyčíslena, u služby pronájmu speciálního koncového zřízení nebylo zjištěno, že by tato služba měla širší dopad na všeobecné povědomí o značce účastníka řízení.</p>

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkující subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
	<p>str. 8 – ad 1 Výhoda propagace značky a jména společnosti:</p> <p>a) určení ploch, které jsou zahrnuty do výpočtu..... .....</p>	<p>Vodafone Czech Republic a.s. (37)</p>	<p>Návrh: Jedná se o všechny VTA provozované účastníkem řízení. Pro účely řádného zjištění nepřímých výhod spojených s poskytováním dílčí služby US (VTA) nelze nikterak zužovat rozsah VTA, kterých se tyto nepřímé výhody týkají. Takový postup by byl v rozporu s ustanovením § 2 odst. 6 a zde uvedenou definicí nepřímých výhod („Nepřímou výhodou je úspora nákladů dosažená v souvislosti s poskytováním dílčí služby.“) Navíc, účastník řízení je ve své podstatně monopolistou v poskytování VTA a tudíž je prokazatelně všeobecně chápáno, že každý VTA provozuje právě účastník řízení, a to i zcela bez nutnosti další propagace značky a jména společnosti účastníka řízení. Umísťování vlastní „image“ reklamy na VTA, ať již v podobě loga, nebo jména společnosti, účastník řízení pouze získává další tržní výhodu oproti ostatním soutěžitelům na trhu.</p>	<p>Rozsah tržních výhod u VTA bude v souvislosti se započtením výhody propagace značky a jména společnosti upraven.</p>
<p>3. písm. F. Posouzení neúnosné zátěže:</p>	<p>i) „Ziskem před zdaněním se pro účely této vyhlášky rozumí provozní zisk z výkonu komunikační činnosti tohoto podnikatele. Úřad vyčíslil stanovené ukazatele u podniku jako celku na a) 796 a b) 175.“</p>	<p>Vodafone Czech Republic a.s. (38)</p>	<p>Návrh: Doplnit odůvodnění. Ze zde uvedených čísel není vůbec jasné, jakým způsobem k nim správní orgán dospěl a co tato čísla představují. Dále není vůbec odůvodněno, jak z těchto parametrů vyplývá, že pro účastníka představují čisté náklady neúnosnou zátěž.</p>	<p>Uvedené údaje jsou vyčíslené na základě postupu stanoveného vyhláškou, který je uveden v předchozím textu. Odůvodnění bylo zpřehledněno.</p>

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
	ii) odstavec začínající větou: „Hodnocení finanční síly společnosti.....“	Vodafone Czech Republic a.s. (39)	Tento odstavec z pohledu úpravy vyhlášky 388/2006 Sb., a bez bližšího odůvodnění nelze zařadit do posuzování neúnosné zátěže, neboť ROCE (Return On Capital Employed) není považováno za rozhodovací parametr pro posuzování neúnosné zátěže ve smyslu platných právních předpisů. Závěr v tomto odstavci uvedený: „Z hlediska návratnosti vloženého kapitálu tedy poskytovatel US nedosahuje takových hodnot jako jeho konkurenti.“ je navíc zcela irelevantní, neboť jej nelze nijak vztáhnout k povinnosti daného subjektu poskytovat US. V opačném případě by vyvstala logická otázka, co tvoří rozdíl mezi zjištěnými zisky druhého a třetího podniku (0,21 Kč, resp. 0,42 Kč na každou korunu investovaného kapitálu), když jejich podmínky jsou stejné a ani jeden není poskytovatelem US. Správním orgánem používaný pojem „trh elektronických komunikací“ je v souvislosti s posuzováním neúnosné zátěže ve smyslu ustanovení § 3 vyhlášky 388/2006 Sb., zjevně nesprávný.	Vyhláška č. 388/2006 Sb. stanoví pouze obecné kritérium pro posouzení neúnosné zátěže. Z důvodů absence konkrétního postupu Úřad v rámci transparentnosti popsal postup svých správních úvah, kterými dospěl k výroku. Vzhledem k tomu, že vyhláška neobsahuje číselnou hodnotu kritéria, musí Úřad při srovnání čistých nákladů se ziskem a čistých nákladů s tržbami hledat nástroje, jak výsledky srovnání interpretovat. Vyhláška považuje za základní parametr zisk. Úřad vycházel z toho, že je třeba vyjádřit pomocí zisku finanční sílu poskytovatele univerzální služby. Protože absolutní hodnota nemá vypovídající schopnost, Úřad se zaměřil na porovnání zisku poskytovatele univerzální služby s jinými společnostmi se silným postavením na trhu a použil k tomu poměrového ukazatele ROCE, což je běžně používaný poměrový ekonomický ukazatel, často uváděný při posuzování ekonomické pozice a síly podnikatelských subjektů.  Úřad je oprávněn opatřit si další důkazy a provést výpočty, pokud takový postup považuje za žádoucí. Předmětem správního řízení o stanovení čistých nákladů a posouzení neúnosné zátěže není ekonomická analýza rozdílu ziskovosti jiných telekomunikačních operátorů.
	iii) odstavec začínající větou: „Posledním kritériem, které Úřad zvolil, je.....“	Vodafone Czech Republic a.s. (40)	Návrh: Celý tento odstavec pro rozpor s platnou právní úpravou vypustit. Hodnocení podílu na jakémkoliv trhu v rámci posuzování neúnosné zátěže je v rozporu ustanovením § 3 vyhlášky 388/2006 Sb.,	Úřad nepostupoval v rozporu s platnou právní úpravou. Právní předpis (vyhláška č. 388/2006 Sb.) stanoví pouze obecný postup a Úřad popisuje, jaké správní úvahy jej přivedly ke stanovení výroku. Viz připomínka č. 39.
	iv) odstavec začínající větou: „Současně vzal Úřad v úvahu, že směrnice.....“ předposlední věta: „Nespravedlivá zátěž je širší pohled.....“	Vodafone Czech Republic a.s. (41)	Návrh: Celý tento odstavec pro rozpor s platnou právní úpravou vypustit. Kritéria pro posuzování neúnosné zátěže jsou jasně stanovená § 3 vyhlášky č. 388/2006 Sb., a ani ZoEK neumožňuje správnímu orgánu extenzivní výklad zde uvedených ustanovení	Úřad nepostupoval v rozporu s platnou právní úpravou. Právní předpis (vyhláška č. 388/2006 Sb.) stanoví pouze obecný postup a Úřad popisuje, jaké správní úvahy jej přivedly ke stanovení výroku. Viz připomínka č. 39.

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
	v) poslední odstavec – „Na základě výše uvedených důkazů rozhodl Úřad, že čisté náklady představují pro účastníka řízení neúnosnou zátěž“:	Vodafone Czech Republic a.s. (42)	<p>Návrh: Bez dalšího celý tento odstavec vypustit. Vzhledem k výše uvedeným připomínkám je zřejmé, že zcela chybí jakékoliv odůvodnění tohoto závěru správního orgánu, přičemž právě na tomto závěru ve své podstatě závisí celá výroková část předmětného rozhodnutí.</p> <p>Naopak, např. zjištění uvedená v části G. Vypořádání připomínek účastníka řízení/Neúnosná zátěž bod II. Ziskovost zjevně dokazuje, že účastník řízení je jedním z nejméně ziskových podnikatelem na trhu (odhlédneme-li od faktu, že návrh rozhodnutí pracuje s vágním termínem „trh“ aniž by tento blíže specifikoval), přičemž např. Vodafone dle závěrů správního orgánu hospodáří pouze se ziskem 17% z výnosů. Tedy, přestože je účastník řízení poskytovatelem US, zjevně mu tato skutečnost nijak nebrání v tom, aby z pohledu ziskovosti výrazně převyšoval např. Vodafone Czech Republic a.s., která však poskytovatelem US není.</p> <p><u>S ohledem na kritéria pro posuzování neúnosné zátěže uvedené v § 3 vyhlášky č. 388/2006 Sb., a s ohledem na výše uvedené, je tedy zcela zřejmé, že poskytování US nepředstavuje pro účastníka řízení žádnou zátěž, natož pak neúnosnou.</u></p>	Úřad v odstavci konstatuje pouze závěr svých úvah, postup při správním uvážení je uveden v předcházející části odůvodnění.
4. písm. G. Vypořádání připomínek účastníka řízení/Služby VTA:	i) bod 7) V menších obcích nejsou reklamní plochy. Obce s počtem obyvatel do 9 tis. nebyly do výpočtu zahrnuty.	Vodafone Czech Republic a.s. (43)	<p>Návrh: <u>Pro hodnocení tržních výhod není rozlišovacím parametrem jejich případný dopad na určitý počet subjektů, ale všeobecné výhodnější postavení oproti ostatním podnikatelům na daném trhu.</u></p> <p>Není možné omezit posuzování tržních výhod pouze na určité oblasti vlivu stanovené např. počtem obyvatel v dané lokalitě. Navíc, např. právě skutečnost, kterou uvádí účastník řízení, a sice, že v těch a těch lokalitách nejsou reklamní plochy, lze považovat za další výhodu z poskytování VTA, neboť právě jejich prostřednictvím může účastník řízení uspořit na nákladech za jiné reklamní plochy, resp. nabídnout VTA za lepších podmínek, než kdyby musel čelit konkurenci na trhu s reklamními plochami. Fakt, že účastník řízení tyto reklamní plochy např. nevyužívá, nemůže být relevantní pro vyhodnocování těchto VTA jako příležitosti k realizování tržních výhod spojených s jejich poskytováním.</p>	Rozsah tržních výhod u VTA byl v souvislosti se započtením výhody propagace značky a jména společnosti upraven.

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
II. STANOVISKA A NÁZORY k návrhu opatření:		Vodafone Czech Republic a.s. (43)	<p>a) Dle názoru Vodafone Czech Republic a.s. by měl správní orgán přistupovat k celé věci stanovování čistých nákladů a posuzování neúnosné zátěže z poskytování US podstatně transparentněji, přičemž by se měl inspirovat příklady z ostatních zemí EU – jako např. UK. Zde již řadu let národní regulační orgán ponechává poskytování US bez jakékoliv náhrady, neboť je prokazatelné, že výhody, které s sebou poskytování US nese vyrovnají, ne-li překročí, náklady na poskytování US vynaložené. Zejména by se měl správní orgán důsledně zabývat posuzováním nepřímých výhod jako je např. povědomí o značce, které jsou velice významné zejména s ohledem na fakt, že budování tzv. „image“ je v zásadě nejnákladnější marketingová aktivita.</p> <p>b) Z návrhu rozhodnutí čj. 57 438/2007-611/VIII.vyř. není tato skutečnost zřejmé, nicméně Vodafone Czech Republic a.s. předpokládá, že správní orgán posuzoval ve všech aspektech probíhajícího správního řízení účastníka tohoto řízení jako společnost Telefónica O2 Czech Republic a.s. (tedy ve vztahu ke všem jejím aktivitám na všech relevantních trzích).</p> <p>c) Návrh předmětného rozhodnutí Českého telekomunikačního úřadu čj. 57 438/2007-611/VIII.vyř představuje primární vstup do kalkulace plateb jednotlivých plátců ve smyslu ustanovení § 49 zákona č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích (ZoEK). Vzhledem k tomu, že společnost Vodafone Czech Republic a.s. splňuje kritéria pro označení „plátcem“ ve smyslu § 49 odst. 5 ZoEK je zřejmé, že rozhodnutí čj. 57 438/2007-611/VIII.vyř má přímý dopad na práva a povinnosti společnosti Vodafone a tato je tedy zjevně účastníkem tohoto správního řízení ve smyslu § 27 zákona č. 500/2004 Sb., správní řád (SŘ).</p> <p>S ohledem na výše uvedené tedy společnost Vodafone považuje za zásadní, aby jí bylo umožněno seznámit se se všemi podklady pro výše uvedené rozhodnutí čj. 57 483/2007-611/VIII.vyř. jehož návrh byl Úřadem uveřejněn na Diskusním místě dne 29.2.2008. V opačném případě by totiž bylo porušeno základní právo společnosti Vodafone jakožto účastníka předmětného řízení a sice právo na vyjádření se ke všem skutečnostem a podkladům relevantním pro vydání rozhodnutí – viz § 36 SŘ.</p> <p><u>Dokud nebude Vodafone schopen seznámit se se všemi podklady pro rozhodnutí čj. 57 483/2007-611/VII.vyř. není samozřejmě schopen se beze zbytku vyjádřit k návrhu tohoto rozhodnutí, který byl Úřadem uveřejněn na Diskusním místě dne 29.2.2008. Výše uvedené připomínky společnosti Vodafone tedy rozhodně nelze považovat za vyčerpávající a v případě, že některé části návrhu rozhodnutí Vodafone nepřipomínkoval, nelze toto považovat za jejich odsouhlasení.</u></p>	<p>K bodu a) Z textu není zřejmé, v čem by měla spočívat větší transparentnost Úřadu. Skutečnost, že v některých zemích nebyly čisté náklady uznány jako neúnosná zátěž nelze mechanicky dovodit, že Úřad musí dojít ke stejnému závěru, bez ohledu na konkrétní podmínky České republiky.</p> <p>Nepřímá výhoda povědomí o značce byla vyčíslena jako úspora nákladů na propagaci i jako úspora nákladů související s věrností obchodní značce.</p> <p>K bodu c) Na základě rozhodnutí čj. 57 438/2007 IX. vyř. Vodafone není účastníkem řízení.</p>

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
I.PŘIPOMÍNKY K JEDNOTLIVÝM ČÁSTEM/USTANOVENÍM NÁVRHU OPATŘENÍ:	1. Podklady předložené účastníkem řízení k doložení výpočtu čistých nákladů na Dokladu č. 1 B dne 28. ledna 2008 byly ověřeny jako správné a úplně s výjimkou výpočtu nepřímých výhod.	Telefónica O2 (44)	<p>V souladu s již dříve prezentovanými názory společnosti Telefónica O2 máme za to, že při výpočtu čistých nákladů za rok 2006 neměl být započten vliv jednorázového snížení hodnoty aktiv (tzv. impairment) a za jediný správný výpočet výše čistých nákladů považujeme výpočet předložený ČTÚ Dokladem č.1A dne 28.ledna 2008.</p> <p>Společnost Telefónica O2 nemůže akceptovat požadavek ČTÚ na zohlednění jednorázového snížení účetní hodnoty aktiv v oddělené evidenci nákladů a výnosů, neboť to ve svém důsledku vede k tomu, že společnost Telefónica O2 zcela ztrácí nárok na to, aby byla do výpočtu čistých nákladů z poskytování univerzální služby v roce 2006 zahrnuta část nákladů, které bylo nutno v minulosti vynaložit na její zajištění. V důsledku snížení účetní hodnoty aktiv v odděleném účetnictví se totiž snižuje výše pravidelných ročních účetních odpisů, které jsou z této částky počítány coby náklad na poskytování univerzální služby. Takový stav je v přímém rozporu se zákonem o elektronických komunikacích, podle kterého má úhrada čistých nákladů vzniklých poskytováním univerzální služby vycházet z nákladů skutečně vynaložených na její poskytování.</p> <p>Pokud společnost Telefónica O2 nevynaložila náklady na výstavbu své telekomunikační sítě dobrovolně, ale byla nucena tyto náklady vynaložit v důsledku povinnosti poskytovat univerzální službu, která mu byla uložena ze strany státu, resp. ČTÚ, pak má nárok, aby tyto náklady na pořízení příslušných aktiv byly pro účely pravidelných ročních účetních odpisů zahrnovány do výpočtu čistých nákladů uplatňovaný v původní pořizovací výši a nikoliv ve výši upravené v důsledku mimořádného jednorázového snížení aktiv, k němuž musela společnost Telefónica O2 přikročit dle závazných předpisů upravujících vedení finančního účetnictví. Mimořádné snížení hodnoty aktiv ve finančním účetnictví je pouhou účetní operací, jejímž smyslem je řádné informování externích subjektů (investorů, akcionářů apod.) o reálné hodnotě aktiv společnosti v daném časovém okamžiku. V oddělené evidenci však v souladu se zákonným požadavkem věrného zachycení vynaložených nákladů musí být odpisy nadále počítány z původní, nesnížené pořizovací ceny aktiv tak, aby následně vstupovaly v nezkrácené výši do výpočtu čistých nákladů. Jedině tak má společnost Telefónica O2 možnost získat ve formě úhrady čistých nákladů z poskytování univerzální služby zpět svoji investici, kterou byla nucena vložit do telekomunikační sítě v důsledku povinnosti, jež jí byla uložena.</p>	<p>Při posuzování otázky započítání impairmentu vychází Úřad ze skutečnosti, že náklady na jednotlivé služby přiřazuje účastník řízení v procesu tvorby oddělené evidence nákladů, výnosů a vloženého kapitálu.</p> <p>Výše nákladů (vstupních finančních údajů), které účastník řízení přiřazoval jednotlivým službám, musela být shodná s výší nákladů (finančních údajů) uvedených v účetnictví. Tato zásada je uvedena v článku 3 odst. 1 opatření obecné povahy č. OOP/4/03.2006-3 kterým se stanoví metodika účelového členění nákladů a výnosů a jejich přiřazování a určuje se struktura vykazovaných informací. Tato metodika stanovená Úřadem je pro účastníka řízení podle § 86 odst. 1 zákona o elektronických komunikacích závazná..</p> <p>Zajištění shody finančního a nákladového účetnictví je klíčové pro ověření, že náklady nebyly přiřazovány opakovaně, neboť součet nákladů přiřazených k jednotlivým službám je shodný se součtem provozních nákladů podle účetních kategorií, což je členění, které používá výkaz zisků a ztrát.</p> <p>Poskytovatel US vykazuje efektivní náklady v souladu se zákonem o elektronických komunikacích teprve po provedení impairmentu.</p> <p>V čistých nákladech nelze hradit náklady, které byly vynaloženy na splnění povinnosti podle předchozí právní úpravy, případně nebyly vůbec vynaloženy na univerzální službu.</p> <p>Požadavek plného uhrazení pořizovacích nákladů je současně v rozporu s požadavkem T-Mobile uvedeného v připomínce 5.</p>

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkující subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
			<p>Jednorázové snížení hodnoty aktiv nelze považovat za neoprávněný náklad konečně i z toho důvodu, že oprávněnost nákladů na pořízení aktiva je třeba vždy hodnotit ve vztahu k okamžiku, kdy byly takové náklady vynaloženy, a nikoli po celou dobu životnosti příslušného aktiva. Investice vložené do telekomunikační sítě byly v době jejich pořízení oprávněné a společnost Telefónica O2 byla dokonce povinna je vynaložit. Skutečnost, že se tyto investice v důsledku následných událostí ukázaly jako nerentabilní (např. v důsledku poklesu zájmu o pevné linky), proto nemůže na jejich oprávněnosti nic změnit, a následky této skutečnosti nelze přenášet jednostranně na společnost Telefónica O2.</p> <p><b>Požadavek na úhradu úroků financování univerzální služby</b></p> <p>Současně upozorňujeme, že ČTÚ neakceptoval podle názoru společnosti Telefónica O2 oprávněný požadavek na úhradu úroků financování univerzální služby.</p> <p>Požadavek společnost Telefónica O2 vznesla z důvodů ztráty způsobené prodloužením příjmu plateb za příspěvek na úhradu čistých nákladů. Prodloužením se rozumí rozdíl doby mezi proplacením příspěvku (příjmem) za poskytnutou univerzální službu a doby jejího poskytnutí (respektive výdaji) v souvislosti s povinností poskytovat univerzální službu. Výše ztráty je součet úroků vypočtených z čistých nákladů za jednotlivé dílčí služby v rámci univerzální služby. Ztráta je vnímána jako náklad na financování provozu, a proto jsou tyto náklady oprávněně nárokovatelné.</p> <p>Z právního pohledu je možné pohlížet na tento požadavek jako součást čistých nákladů, neboť dle § 48 odst. 2 písm. a) zákona č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o elektronických komunikacích), ve znění pozdějších předpisů bychom se tomuto nákladu vyhnuli, kdyby nebyla uložena povinnost poskytovat univerzální službu. Požadavek je také v souladu s § 2 odst. 2 vyhlášky č. 388/2006 Sb. o čistých nákladech univerzální služby v elektronických komunikacích, kde poskytovatel je povinen zohlednit při výpočtu čistých nákladů z poskytování univerzální služby tržní výhody, a proto je nezbytné též zohlednit i „nevýhody“ přímo související s poskytováním univerzální služby.</p> <p><b>K metodice výpočtu:</b></p> <p>Byl zvolen jednoduchý výpočet dle jednotlivých dílčích služeb kde:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Úroky (částka) = roční úroková sazba/12*počet měsíců*(celková částka čistých nákladů za dílčí službu)</li> <li>▪ Počet měsíců = průměrný počet měsíců financování dílčí US (průměrná doba financování)</li> <li>▪ Sazba = úroková sazba PRIBID</li> </ul>	<p>Požadavek na úhradu úroků není v souladu se zákone o elektronických komunikacích, poskytovatel US nemá na takovou položku zákonný nárok.</p>



Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkující subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
			Při výpočtu hodnoty úroků byla použita <u>nejbližší možná</u> doba úhrady příspěvku čistých nákladů poskytovateli US. Při konečném vyčíslení hodnoty úroků ČTÚ žádáme o zohlednění skutečné doby proplacení úhrady příspěvku čistých nákladů.	
	2. Nehmotné výhody vyčíslené Úřadem byly stanoveny ve výši 1 629 990,45 Kč.	Telefónica O2 (45)	<p><b>Připomínky k vyčíslení nehmotných výhod</b></p> <p>I. Umístění loga na VTA není propagace značky a jména společnosti. Společnost Telefónica O2 považuje umístění loga na stříškách VTA za povinné označení provozovny v souladu se zákonem č. 127/2005 Sb., zákonem č. 634/1992 Sb., zákonem č. 634/1992 Sb., zákonem č. 455/1991 Sb. a se zákonem č. 513/1991 Sb.</p> <p>Z tohoto důvodu nesouhlasí společnost Telefónica O2 se zahrnutím údajné nehmotné výhody propagace značky a jména společnosti do výpočtu nehmotných výhod.</p>	Úřad vyhodnotil provedení a umístění loga (barevné ladění celé stříšky, označení čtyř stran) jako propagaci značky bez ohledu na to, že současně plní i funkci označení provozovny.
		Telefónica O2 (46)	<p>II. ČTÚ při vyčíslení postupovalo jakoby plocha loga umístěného na budkách VTA byla společností Telefónica O2 využívána jako reklamní. Při vyčíslení nebylo přihlédnuto k faktu, že „logo“ společnosti samostatně umístěné lze považovat za reklamu jen v případě, kde umístění loga umožňuje vzájemný vztah s hodnotami, které propaguje společnost (např. umístění loga na stadionech, dárkách atd.). Samostatné umístění loga na VTA nevytváří „image“ dalších služeb poskytovaných VTA, kromě služby volání z VTA. Samostatné umístění loga nelze považovat za plnohodnotné reklamní sdělení a tedy ani vyčíslení nepřímých výhod z toho plynoucích.</p>	Není zřejmé, proč by umístění loga na stadionech nebo dárkách mělo bližší vztah k telekomunikačním službám než umístění loga přímo na budce, do které je umístěn telefonní přístroj a která je v podstatě symbolem poskytování telefonní služby.

Čl., odst., písm., bod	Původní text návrhu	Připomínkový subjekt (poř. číslo připomínky)	Pozměňovací návrh	Stanovisko ČTÚ
		Telefónica O2 (47)	<p><b>III.</b> Společnost Telefónica O2 se navíc po prozkoumání metodiky použité pro výpočet této nehmotné výhody domnívá, že nebylo přihlédnuto k několika důležitým faktorům - viz níže.</p> <p>Přehled faktorů snižující hodnotu „reklamy“ společnost Telefónica O2 na stříškách VTA, pokud by se mělo jednat o inzerci:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rozměr ploch na stříškách VTA neumožňuje umístit reklamu na konkrétní službu či produkt, podrobnou nabídku apod. Plochy jsou vhodné pouze k označení provozovny.</li> <li>2. Nejedná se o klasický nosič venkovní reklamy, na kterém se dají flexibilně v průběhu roku měnit reklamní sdělení. Každá reklama jednou zevšední. Stejně tak jako účinnost příliš často opakované reklamy se časem výrazně snižuje.</li> <li>3. Plocha není umístěna ve výšce očí a nevystavuje tak kolemjdoucího bezprostřednímu kontaktu.</li> <li>4. Plocha stříšky není osvětlena, což výrazně snižuje viditelnost v noci a zejména pak v zimních měsících.</li> <li>5. ČTÚ stanovilo jednotnou cenu pro inzertní plochu na všech VTA. Hodnota inzertní plochy na stříškách jednotlivých VTA se však výrazně liší s ohledem na velikost konkrétní obce a dále na množství „příjemců inzertního sdělení“, kteří kolem daného VTA projdou.</li> </ol> <p>Nezájem o šíření vlastní reklamy na VTA ze strany společnosti Telefónica O2 dokládá i velmi omezené využívání ploch VTA určených k umístění inzerce.</p>	<p>Ad 1. Reklama nemusí být vytvořena pouze na konkrétní produkt, může propagovat pouze jméno společnosti. Telefónica při změně jména uváděla reklamu na jméno i v televizních spotech, teprve následně přidala i reklamu na konkrétní produkty.</p> <p>Ad 2. Vzhledem k tomu, že se nejedná o produktovou reklamu, bylo by vhodné srovnání spíše s propagací jména na stadionech, které se také běžně nemění.</p> <p>Ad 3. Umístění ve výšce očí je výhodné u reklamy v místnostech (obchody), u venkovní reklamy není tento argument relevantní.</p> <p>Ad 4. Reklamní plochy na budkách tzv. samolepky také nejsou osvětlené.</p> <p>Ad 5 Cena reklamní plochy byla stanovena na základě průzkumu provedeného Úřadem jako průměrná. Není uvedeno, zda se omezené využívání reklamních ploch týká produktové reklamy, propagace loga je realizována již na stříšce.</p>
		Telefónica O2 (48)	<p><b>IV.</b> Připomínky k výpočtu ČTÚ týkající se hodnoty nepřímých výhod plynoucích z vlastní reklamy (výhody bezplatné reklamy na budkách VTA)</p> <p>Od společnosti Ju-Turn, která je pronajímatelem reklamních ploch na VTA (na základě obchodní smlouvy s naší společností), máme nárok na 4 měsíce reklamní plochy v daném počtu na rok. Jelikož se jedná o roční výhodu měla by být v ocenění započítána pouze příslušná část, která připadá na část roku za kterou vyčísľujeme čisté náklady (tj. <math>235/365=64,4\%</math>, 235 dní = 11.5. až 31.12.2006), bez ohledu na to v jakém období byla tato výhoda čerpána.</p>	Rozhodující je období čerpání výhody, tj. září až prosinec 2006.
	3. Formální nedostatky	Telefónica O2 (49)	Na straně 11 u výpočtu čistých nákladů na jednotlivé dílčí služby není správně uveden součet čistých nákladů bod c Celkem služby VTA.	Připomínka akceptována