

Formulář pro uplatnění připomínek, stanovisek a názorů

Název návrhu opatření ke konzultaci:

Analýza trhu č. A/1/XX.2013-YY, trhu – č. 1 – přístup k veřejné telefonní síti v pevném místě

Identifikace údaje dotčeného subjektu:

GTS Czech s.r.o.

Přemyslovská 43

130 00 Praha 3

IČ: 28492170

Zapsaná v obchodním rejstříku u Městského soudu v Praze, spisová značka C 145533

Kontaktní osoba:

Mgr. Jan Huňka, Manažer pro regulaci a vnější vztahy

Tel.: 602345824

e-mail: jan.hunka@gtsce.com

DŮVĚRNOST POSKYTNUTÝCH INFORMACÍ:

Připomínka v bodě 3) obsahuje obchodní tajemství společnosti GTS Czech

Datum: 17. 1. 2014

KSV 2014-003

Mgr. Jan Huňka, na základě plné moci

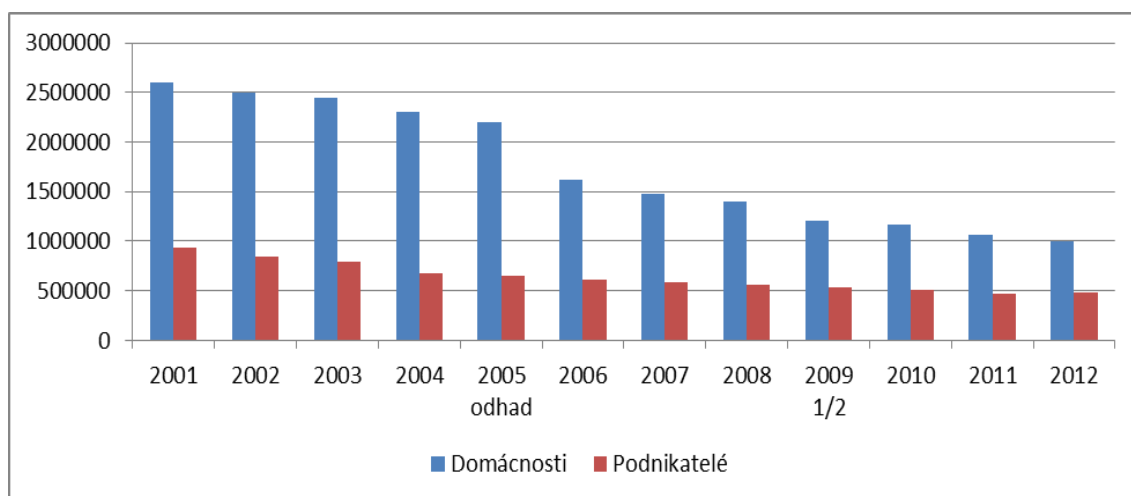
Připomínky

- 1) Společnost GTS Czech navrhuje, aby Úřad zavedl účastnickou segmentaci na Segmentu A a rozdělil ho na dva subsegmenty – nepodnikajících fyzických osob (domácnosti) a podnikajících osob (podnikatelé).
 - a) Úřad na řádku 1343 nesprávně vyhodnocuje, že nabídky VTS v pevném místě lze z cenového hlediska považovat za obdobné. To zcela odporuje údajům, které Úřad uvádí v grafu č. 21, kde je zcela zřejmé cenové rozdělení uplatňované společností Telefonica pro výše uvedené subsegmenty. Cena uplatňovaná pro podnikatelský segment je za celé sledované období zhruba o 45% vyšší než cena uplatňovaná pro segment domácností. Tento stav, který jednoznačně svědčí o jiném přístupu k oběma segmentům společností Telefonica, zůstává konzistentní i za období hodnocené i předchozí analýzou trhu č. 1 a je Úřadu známý. Již z tohoto kritéria – uplatňování odlišných cenových podmínek – dle společnosti GTS Czech plyne nutnost účastnické segmentace Segmentu A.
 - b) Charakteristika chování zákaznické poptávky je na výše uvedených subsegmentech zásadně odlišná.

Předně je potřeba zdůraznit, že společnost GTS Czech zobrazení vývoje počtu přípojek v grafu č. 9 považuje za nedostatečné a pro potřeby posouzení rozdílnosti na případných subsegmentech málo vypovídající a navrhuje Úřadu jeho doplnění tak, aby zahrnoval časový úsek dostatečně dlouhý na to, aby byl zřetelný trend vývoje počtu přípojek domácností a podnikatelů. Konkrétně navrhuje, aby pro relevantní posouzení trendu a jeho případné změny byly využity data i z předchozích analýz trhu a graf byl protažen do roku 2001, kdy došlo k počátku dramatického propadu počtu pevných linek.

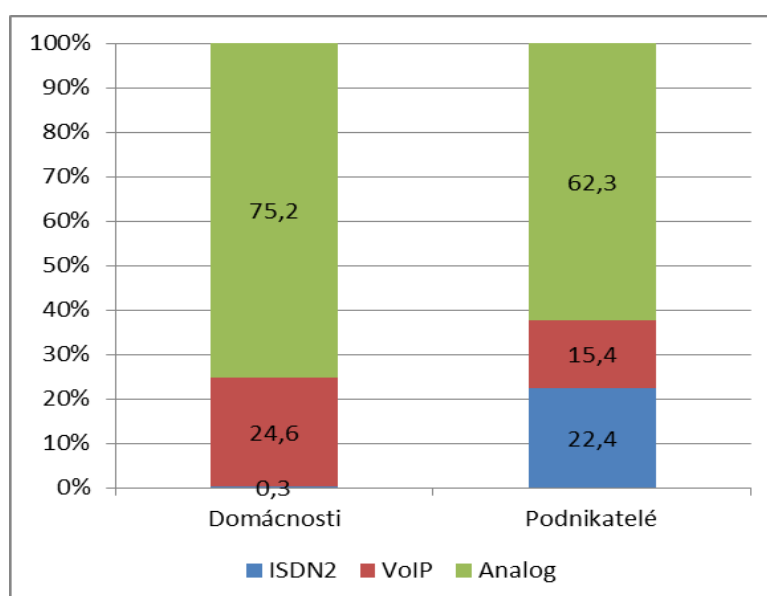
V níže uvedeném grafu (sestavenému z dat dostupných z analýz trhů a extrapolace vývoje zákaznických segmentů v období 2006-2009) společnost GTS Czech demonstruje tvrzení, že vývoj na segmentu domácností, kde je zřetelný významný pokles počtu přípojek po celé období (od roku 2004 do roku 2012 je průměrný

meziroční pokles cca 9,6%) se zásadně liší od vývoje na segmentu podnikatelů, kde po počátečním propadu dochází dlouhodobě pouze k velmi mírnému poklesu (od roku 2004 do roku 2012 je průměrný meziroční pokles cca 4,2%). Mezi roky 2011 a 2012 dokonce došlo k mírnému nárůstu počtu pevných linek pro podnikatele, což na základě dostupných dat, může naznačovat ustalování počtu přípojek na tomto subsegmentu.



I na základě dostupných, hrubých dat je zřejmé, že oba segmenty mají znatelně odlišnou dynamiku, což může být dáno odlišným stavem hospodářské soutěže. Analýza skutečných důvodů rozdílů mezi oběma tržními subsegmenty může být ale zjištěna pouze při provedení účastnické segmentace Segmentu A.

- c) Úřad na řádku 1342 vyhodnocuje, že nabídky VTS v pevném místě lze z technického hlediska považovat za obdobné. Je pravda, že z technického hlediska se neliší přípojka stejného typu poskytnutá domácnosti od přípojky poskytnuté podnikateli. Podstatně se ale liší míra využití jednotlivých různých druhů přípojek na daném subsegmentu. Zatímco domácnosti pouze zanedbatelně využívají přípojky ISDN2 a naopak ve větší míře přípojky VoIP a tarify „O2 Mini“, tak podnikatelé řádově více využívají ISDN2, jen pozvolna a v menší míře přípojky VoIP a prakticky vůbec tarify „O2 Mini“. To je dáno odlišnými potřebami na kvalitu a technologii na daném subsegmentu. Proto se nelze spokojit s prohlášením, že nabídky VTS v pevném místě se z technického hlediska neliší, ale je nutné konstatovat, že poptávka na technické řešení VTS v pevném místě se dramaticky liší dle účastnického segmentu, jak demonstruje níže uvedený graf.



Z výše uvedeného plyne, že ve třech zásadních bodech (rozdílné cenové podmínky, rozdílný vývoj poptávky na trhu a rozdílná poptávka po technologii) se na Segmentu A liší subsegment domácností a podnikatelů a proto považujeme za nutné, aby Úřad přehodnotil v tomto bodu analýzu a zavedl na Segmentu A účastnickou segmentaci, která následně umožní uložit adekvátní nápravná opatření pro oba subsegmenty.

Navíc je společnost GTS Czech přesvědčena, že odlišnost chování zákaznické poptávky na segmentu domácností a podniků je do značné míry důsledkem odlišnému stavu hospodářské soutěže. Toto kritérium v analýze věcného vymezení Segmentu A zcela chybí. A proto společnost GTS Czech navrhuje, aby Úřad do analýzy doplnil a vyhodnotil grafy podílů poskytovatelů služeb na Segmentu A podle subsegmentu domácností a podnikatelů a to včetně hodnot HHI, ze kterých bude patrná koncentrace na jednotlivém subsegmentu. Společnost GTS Czech je na základě své obchodní praxe přesvědčena, že toto kritérium také prokáže zřetelně odlišnou situaci na těchto dvou subsegmentech.

- 2) Společnost GTS Czech ve veřejné konzultaci navrhuje uložit nápravná opatření podle § 51 odst. (12) písmeno a) zákaz neodůvodněného nebo nepřiměřeného zvýhodňování některých koncových uživatelů a písmeno d) zákaz omezování hospodářské soutěže stanovením dumpingových cen zákona č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích.

Jak je patrné z kapitoly ziskovost, tak společnost Telefónica dlouhodobě poskytuje služby na Segmentu A pod náklady. Úřad uvádí (řádek 1917), že za sledované tři roky společnost Telefónica nepřesáhla u poskytovaných služeb hodnotu WACC, která představuje neoddělitelnou část nákladů na poskytování služby. I když společnosti GTS Czech nejsou známy přesné hodnoty výše zisku za sledované období, jeví se jako vysoce pravděpodobné, že ve sledovaných třech letech společnost Telefónica u těchto služeb zisku ve výši WACC nedosáhla. Ke stejnému závěru také indikují informace z uskutečněného workshopu. Vzhledem k tomu, že WACC představuje nutný náklad na službu (vedle dalších nákladů), kterou musí každý z potenciálních konkurentů na Segmentu A pokrýt ziskem, aby zde mohl dlouhodobě nabízet služby tak je zřejmé, že dlouhodobým poskytováním služeb za podnákladovou cenu společností Telefónica musí nutně docházet k omezení hospodářské soutěže cenovým dumpingem.

Situace je o to závažnější, že na Segmentu A je poskytována služba dvěma skupinám koncových uživatelů za různých cenových podmínek. Z grafu č. 21, který popisuje ceny za technicky obdobné (řádek 1342) služby – konkrétně analogové přípojky -, je patrné, že ceny pro podnikatele jsou dlouhodobě o cca 44% vyšší než ceny pro domácnosti. Tím dochází ještě významnějšímu snížení ziskovosti služeb Segmentu A poskytovaných domácnostem, tak, že služby na subsegmentu domácností musí nutně dosahovat mnohem menší míry ziskovosti než k úrovni WACC. Podle hrubého propočtu založeného na údajích v Grafu č. 10 a Grafu č. 21 musí míra ziskovosti analogových služeb pro domácnost být alespoň o 15% menší než je WACC. Tyto služby jsou pak dotovány službami poskytnutými druhé skupiny koncových uživatelů – podnikatelů. Toto zvýhodnění domácností vůči podnikatelům by se mohlo zdát výhodné pro domácnosti. Bohužel praxe ale ukazuje, že zavedením dumpingu ceny přípojek pro domácnosti došlo k vytlačení relevantní konkurence a utlumení hospodářské soutěže na tomto subsegmentu, zpomalení inovací a cenové stagnaci v neprospěch koncových účastníků. Naopak zdánlivě znevýhodněný subsegment podnikatelů vykazuje díky obecně vyšší cenové hladině také vyšší míru konkurence. Společnost GTS Czech je proto přesvědčena, že zvýhodnění koncových uživatelů segmentu domácností je neodůvodněné, nepřiměřené a v konečném důsledku je poškozující.

Vzhledem k tomu, že navržená nápravná opatření nepovedou k nápravě popsané situace na Segmentu A navrhuje společnost GTS Czech uložit výše uvedená nápravná opatření dle § 51 odst. (12) písmeno a) a písmeno d) zákona č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích.

Jako alternativní řešení výše uvedené situace společnost GTS Czech navrhuje zavedení účastnické segmentace na Segmentu A a uložení regulované nabídky WLR s uplatněním cenové regulace.

3) Komerční nabídka WLR nemá a nebude mít funkční dopad na sledovaný trh

OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ

Proto společnost GTS Czech navrhuje, aby Úřad rozhodl o uložení nápravného opatření cenově regulovaného, povinného WLR pro Segment A.