

Český telekomunikační úřad
Sokolovská 219, Praha 9
poštovní přihrádka 02
225 02 Praha 025

dne / date 11. listopadu 2013

věc/ re **Připomínky společnosti T-Mobile k návrhu opatření obecné povahy analýza trhu č. A/6/XX.2013-YY, trh č. 6 – velkoobchodní koncové segmenty pronajatých okruhů bez ohledu na technologii použitou k zajištění pronajaté nebo vyhrazené kapacity**

Formulář pro uplatnění připomínek, stanovisek a názorů

NÁZEV NÁVRHU ROZHODNUTÍ KE KONZULTACI: Návrh opatření obecné povahy analýzy trhu č. A/6/XX.2013-YY, trhu – č. 6 – velkoobchodní koncové segmenty pronajatých okruhů bez ohledu na technologii použitou k zajištění pronajaté nebo vyhrazené kapacity ze dne 10. 10. 2013

IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE DOTČENÝCH SUBJEKTŮ: T-Mobile Czech Republic a.s.
Tomíčková 2144/1
149 00 Praha 4

IČ 649 49 681

Kontaktní osoba: Ing. Libor Šeda
Senior specialista regulace
mobil: 603 402 184
e-mail: libor.seda@t-mobile.cz

DŮVĚRNOST POSKYTNUTÝCH INFORMACÍ: níže uvedené připomínky neobsahují obchodní tajemství a důvěrné informace

Jméno, příjmení, funkce oprávněných osob: Ing. Libor Šeda
Senior specialista regulace
mobil: 603 402 184
e-mail: libor.seda@t-mobile.cz

ÚVOD

Společnost T-Mobile Czech Republic a.s. (dále také jen „T-Mobile“) vítá možnost uplatnit své připomínky a komentáře k návrhu opatření obecné povahy trhu č. A/6/XX.2013-YY, trh č. 6 – velkoobchodní koncové segmenty pronajatých okruhů bez ohledu na technologii použitou k zajištění pronajaté nebo vyhrazené kapacity (dále také jen „Návrh“).

I. PŘIPOMÍNKY K JEDNOTLIVÝM ČÁSTEM/USTANOVENÍM NÁVRHU

I. 1 Kapitola 2.2 Územní vymezení

Na řádcích 958 – 960 Český telekomunikační úřad (dále jen „Úřad“) uvádí, že: „Tato skutečnost je však dána tím, že ceny jsou uplatňovány podle vzdálenosti koncového bodu od hlavního rozvodu a tyto ceny podle lokalit jsou uplatňovány napříč celou republikou za stejných podmínek.“

Dle našeho názoru se nejedná o vzdálenost koncového bodu od hlavního rozvodu, ale o vzdálenost koncového bodu od předávacího bodu (tzv. PoP = Point of Presence).

I. 2 Kapitola 3.1.1.1 Velikost a vývoj tržního podílu

Úřad nezahrnuje samozásobení do věcného vymezení trhu a tedy ani do tržních podílů v kapitole 3.1.1.1. Jako důvod uvádí, že „maloobchodní služby pronájmu přenosové kapacity neodpovídají zcela svým charakterem službám poskytovaným na velkoobchodním trhu koncových segmentů“.

Společnost T-Mobile s tímto názorem nesouhlasí. Společnost Telefónica Czech Republic a.s. (dále jen „TCZ“) působí ve vztahu k pronájmu okruhů jak na trhu velkoobchodním, tak i na trhu maloobchodním (např. produkt Internet Business¹). Jedná se tak o vertikálně integrovaného operátora, který nabízí služby jak sám sobě, tak i svým velkoobchodním partnerům a v neposlední řadě svým koncovým zákazníkům. Je tak soutěžitelem, který působí jak na upstream trhu, tak i na trhu downstream, který se tak snadno může dopustit jednání prohibovaného soutěžním právem jako stlačování marží (margin squeeze). Tento náš názor rovněž podporuje skutečnost, že produkt, který společnost TCZ poskytuje na velkoobchodním trhu, je pro jeho konkurenty na maloobchodním trhu vstupem nezbytným, tedy takovým, bez něž nelze provozovat danou oblast podnikatelské činnosti. Nezbytný vstup nemá efektivní substituty nebo jsou tyto substituty podstatně méně výhodné. Současně nelze tento vstup replikovat za nízkých nákladů v krátkém čase. To znamená, že vertikálně integrovaný soutěžitel v rámci velkoobchodního trhu působí jako dodavatel, když poskytuje ostatním soutěžitelům vstupy nezbytné pro jejich činnost na retailovém trhu, zároveň však vertikálně integrovaný soutěžitel na tomto maloobchodním trhu sám působí, tedy konkuruje ostatním soutěžitelům.

¹ http://www.o2.cz/podnikatel/pevne-pripojeni/168005-internet_business.html

Argumentace, že nelze zahrnout samozásobení na relevantním trhu 6, neboť maloobchodní služby pronájmu přenosové kapacity neodpovídají zcela svým charakterem službám poskytovaným na velkoobchodním trhu koncových segmentů je zavádějící a veskrze účelová. Ukázkou této účelovosti může být porovnání veřejné maloobchodní služby společnosti TCZ – Internet Business, jejíž popis je zveřejněn na webových stránkách.

Maloobchodní služba Internet Business je dle popisu na webových stránkách společnosti TCZ následující:

- poskytovaná na bázi xDSL;
- symetrická;
- s teoretickou agregací maximálně 1:4, ale pouze na páteřní síti;
- dostupná všude tam, kde je možné zřídit xDSL přípojku, v ostatních případech je možné využít přípojku IOL Digital;
- rozhraní Ethernet 10/100 Base-T;
- obsahující standardní garanci kvality SLA 0 (doba opravy do 12 hodin);
- možnost doobjednání SLA 1, resp. SLA 2 s garantovanou dostupností služby 99,00 %, resp. 99,50 %.

Velkoobchodní služba CEN² má identický popis řešení minimálně koncového úseku, viz informace z webových stránek společnosti TCZ:

- poskytovaná na bázi xDSL;
- symetrická;
- bez teoretické agregace v přístupové části;
- dostupná všude tam, kde je možné zřídit xDSL přípojku, v ostatních případech je možné využít přípojku RACO, resp. CN/CL;
- rozhraní Ethernet 10/100/1000 Base-T;
- nabízející pouze standardní garanci kvality SLA 0 (doba opravy do 12 hodin) za příplatek;
- bez možnosti doobjednání SLA 1, resp. SLA 2 s garantovanou dostupností služby 99,00 %, resp. 99,50 %.

Z porovnání je evidentní, že se jedná o službu se stejným technickým řešením koncového segmentu, tedy řešením části služby spadající pod věcné vymezení relevantního trhu 6. Bez ohledu na již uložená nápravná opatření společnosti TCZ na tomto trhu, nastavuje společnost TCZ některé maloobchodní podmínky tak, aby byly nereplikovatelné s využitím nabídky velkoobchodní. Příkladem je SLA 1/2, které je sice ve veřejné verzi maloobchodní nabídky za příplatek, ale ve velkoobchodní verzi takováto, byť zpoplatněná možnost záměrně není k dispozici. Z tohoto příkladu je zřejmé, že se společnost TCZ na tomto trhu chovala, a je velmi pravděpodobné, že i v budoucnosti chovat bude, monopolisticky, tj. zcela nezávisle na konkurenci.

Úřad na základě Návrhu analýzy indikuje uložit v segmentu B nápravné opatření nediskriminace, které by mělo problém s uplatňováním rozdílných SLA vyřešit. Nicméně toto opatření nevyřeší

² http://www.o2.cz/wholesale/cz/national/nonregulated_services/pronajem_infrastruktury/carrier_ethernet_network.html

problém nezahrnutí samozásobení na velkoobchodní trh, výsledek analýzy a následná nápravná opatření. Dále se této problematice věnujeme v připomínce I. 4.

I. 3 Kapitola 3.1.2.2 Ceny a ziskovost

V této kapitole je pod bodem A. uvedeno Srovnání skutečných průměrných měsíčních cen velkoobchodní služby pronájmu okruhů. Z porovnání není zřejmé, zda jsou do těchto cen započítány i ceny za hrdlo. V případě, že do výpočtů tato cena není zahrnuta, doporučujeme tuto část upravit, neboť hrdlo je nutnou součástí služby CEN – IP REN. Vezmeme-li v úvahu v současné době nejvíce rostoucí segment B, je velkoobchodní cena za hrdlo mnohem vyšší než velkoobchodní cena za přípojku.

Toto lze vysvětlit na následujícím příkladu. Předpokládejme, že Operátor XY, si od společnosti TCZ objedná dvě 10 Mbps linky + 10 Mbps hrdlo, které je nezbytnou součástí služby. Počítejme například s agregací 1,5:1.

Velkoobchodní cena přípojek:

2 x 6 500,- Kč (to je základní cena 10Mbps přípojky, bez slev a SLA).

Velkoobchodní cena hrdla:

1 x 22 000,- Kč (na jednu přípojku je tedy cena 11 000,- Kč).

Cena celkem za jednu přípojku:

17 500,- Kč (6 500,- Kč + 11 000,- Kč)

Pokud bychom tuto cenu porovnali s cenou služby Internet Business (9 900,- Kč), vyjde nám, že velkoobchodní náklady jsou o 7 600,- Kč vyšší než maloobchodní cena služby Internet Business. Je tedy patrné, že maloobchodním nabídkám společnosti TCZ nelze konkurovat.

I. 4 Kapitola 4.3 Návrh nápravných opatření

Navrhujeme, aby společnosti TCZ byla uložena povinnost přístupu i na segmentu B. Důvodem je skutečnost, že tato povinnost je uložena na segmentu A, tj. pro přípojky do rychlosti 2 Mbps, nicméně společnost TCZ má v současné době jednu společnou komerční nabídku CEN – IP REN pro všechny poskytované rychlosti – zahrnuje tedy přípojky v segmentu A i v segmentu B (tj. až do rychlosti 20 Mbps). Subjekty na trhu nerozlišují mezi segmenty A a B tak, jak je uměle definoval Úřad, ale vnímají tuto nabídku jako jednu službu.

Dalším podpůrným argumentem je podíl společnosti TCZ na maloobchodním trhu, který je vyjádřen v grafu č. 15b. Z tohoto grafu je patrné, že maloobchodní podíl společnosti TCZ je v segmentu B 61,4 %, což je o téměř 20 % více než na trhu velkoobchodním (viz graf č. 5c). Jak jsme již uvedli výše v připomínce I. 2, společnost TCZ se na maloobchodním trhu chová monopolisticky, přičemž maloobchodní trh odráží konkurenci na trhu velkoobchodním. Z výše uvedeného příkladu je zřejmé, že velkoobchodní trh není konkurenční a je tedy vhodný k regulaci.

II. STANOVISKA A NÁZORY K NÁVRHU OPATŘENÍ

Neuplatňujeme.

S pozdravem,

Ing. Libor Šeda
Senior specialista regulace
T-Mobile Czech Republic a.s.