



Formulář pro uplatnění připomínek, stanovisek a názorů

NÁZEV NÁVRHU OPATŘENÍ KE KONZULTACI: návrh opatření obecné povahy analýzy trhu č. A/5/XX.2008-Y, trhu č. 5 – velkoobchodní širokopásmový přístup v sítích elektronických komunikací

IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE DOTČENÉHO SUBJEKTU:

Obchodní firma / název /jméno a příjmení: Telefónica O2 Czech Republic, a.s.

IČ (bylo-li přiděleno): 601 93 336

Kontaktní osoba (vč. telefonního čísla a adresy elektronické pošty):

Jan Císař, 271464859, jan.cisar@o2.com

DŮVĚRNOST POSKYTNUTÝCH INFORMACÍ:

Český telekomunikační úřad bude považovat zde poskytnuté informace za důvěrné, pouze pokud je dotčený subjekt označí jako důvěrné nebo jako obchodní tajemství.

Český telekomunikační úřad si vyhrazuje právo použít poskytnuté údaje, s výjimkou údajů označených jako důvěrné nebo jako obchodní tajemství, a tyto údaje též uveřejnit podle Pravidel Českého telekomunikačního úřadu pro vedení konzultací na diskusním místě.

Datum: 27. 6. 2008

Jméno a příjmení, funkce oprávněné osoby:

David Voska, manažer pro regulační záležitosti

Podpis oprávněné osoby:

I. PŘIPOMÍNKY K JEDNOTLIVÝM ČÁSTEM/USTANOVENÍM NÁVRHU OPATŘENÍ:

Výsledky analýzy trhu – str. 1-2

Navrhujeme změnu textu v tom smyslu, že analyzovaný trh je efektivně konkurenční a na trhu nepůsobí podnik s významnou tržní silou.

Dle našeho názoru analýza neproказuje existenci významné tržní síly (SMP), která je jak zákonem o elektronických komunikacích tak ustálenou soutěžně právní praxí, ze které zákonná definice vychází, definována jako „takové ekonomické postavení, které umožňuje chovat se ve značné míře nezávisle na konkurenci, zákaznících a spotřebitelích“. Naopak, řada dílčích závěrů analýzy ukazuje na neexistenci SMP.

A *Telefónica* company



Jak je podrobněji rozebráno níže, je závěr analýzy ovlivněn zejména důrazem na indikátory SMP, které však vychází z příliš úzké definice relevantního trhu, nepřiměřenou vahou kladenou na spíše předpokládané než prokázané výhody inkumbenta (zejména v kapitole 3.1.2) a nedostatečným zohledněním vlivu konkurence na maloobchodním trhu na potenciální SMP postavení společnosti Telefónica O₂ Czech Republic, a.s. (dále jen „Telefónica O₂“).

2.1 věcné vymezení trhu

Domníváme se, že aktuální vymezení trhu z věcného hlediska neodpovídá vývoji na českém trhu broadbandu.

Navrhujeme upravit v definici trhu pasáže týkající se „ekvivalentního přístupu“. Z povahy věci by se mělo jednat o ekvivalenci (či spíše zastupitelnost) v užitných vlastnostech služby z hlediska jejího uživatele nikoliv o ekvivalenci technických parametrů, ke kterémuž výkladu má předmětná část analýzy sklon.

V souladu s údaji z části 3.1.4 (maloobchodní trh) se domníváme, že analýza správně poukazuje na technologickou neutralitu přístupových technologií. DSL technologie není majoritní na trhu a z tohoto důvodu je nutné přistoupit k věcnému vymezení trhu broadbandu tak, aby bylo možné správně popsat vývoj na národním maloobchodním a velkoobchodním trhu.

Analýza by měla zejména zohledňovat potřeby koncového uživatele, který je v centru zájmu podnikání operátorů. Pokud koncový uživatel preferuje i jiné než DSL technologie, měla by analýza být schopna definičně pojmout i tyto přístupové technologie tak, aby reflektovala substituční efekty, které na reálném trhu opravdu existují.

S odkazem na níže citovaný článek a jeho závěry¹ navrhujeme odstranit druhý odstavec bodu 2.1 (řádky 623-626) z věcného vymezení.

Věcné vymezení trhu ve vazbě na technologie

Navrhujeme změnit poslední větu odstavce 4 bodu 2.1 písmene a): „Úřad došel závěru, že velkoobchodní přístupy prostřednictvím CATV potenciálním poskytovatelům v současné době mohou nabídnout dostatečný vstup pro realizaci jejich nabídek, a proto považuje přístup prostřednictvím sítí CATV za substitut.“

CATV sítě jsou rozšířené ve většině měst, přímo konkurují přístupu k internetu prostřednictvím DSL. Technologická omezení pro velkoobchodní přístup neexistují. Cenová flexibilita umožňuje účtovat nižší než ceníkové ceny koncovým zákazníkům. Celkový počet aktivních přípojek CATV je více než 1 milion přípojek, což představuje více než čtvrtinu domácností v ČR. Se zohledněním trendů vývoje se tedy jedná o srovnatelnou a plně konkurenční technologii.

¹ Schwarz Anton: Wholesale market definition in telecommunications: The issue of wholesale broadband access, **Telecommunications Policy, Volume 31, Issue 5, (June 2007)**



Pokud jde o technickou realizovatelnost služby, lze za referenční dokument považovat společné stanovisko ERG přijaté 2. dubna 2004 a doplněné 25. května 2005 právě o problematiku přístupu k datovému toku v sítích CATV². Toto stanovisko na str. 17 výslovně uvádí, že definice relevantního trhu v Doporučení se může vztahovat rovněž na sítě CATV. Dále společné stanovisko ERG na str. 18 až 24 dokumentuje technickou realizovatelnost služeb obdobných bitstreamu v sítích CATV.

Pokud jde o argument geografické omezenosti CATV (řádky 695-699), s ohledem na geografické vymezení relevantního trhu nelze ani na tomto základě služby CATV z věcného vymezení relevantního trhu vyjmout. Právě díky pokrytí oblastí s vysokou hustotou obyvatelstva je pokrytí obyvatelstva a z toho plynoucí pozice kabelových operátorů na sledovaném trhu velmi významná a má značný vliv na chování ostatních poskytovatelů služeb bez ohledu na územní pokrytí.

Především je však použití kritéria geografické dostupnosti při věcném vymezení trhu **zásadně metodicky chybné**. Navíc závěr, který je z této skutečnosti ne zcela jasně vyvozován, tedy pravděpodobná absence substitutu na straně poptávky, je zřejmě chybný a nijak nepodložený. Jestliže největší CATV operátor dosahuje pokrytí více jak milionu domácností nelze si realisticky představit nezáměr alternativních operátorů o potenciální velkoobchodní přístup.

Tvrzení, že vstup některého z CATV operátorů na trh s velkoobchodní nabídkou je velmi nepravděpodobné je pouze nepodložený dohad, ale především vychází ze statického pohledu na trh. Jaká by byla reakce v případě, že by Telefónica O₂ měla skutečně SMP postavení a navýšila velkoobchodní (a maloobchodní) ceny se lze pouze dohadovat, protože analýza toto neřeší. Ovšem např. fakt, že poměr pokrytí a počtu zákazníků je u největšího CATV operátora přibližně 4:1³ může nasvědčovat tomu, že velkoobchodní nabídka by měla obchodně smysl.

Pro zahrnutí CATV do relevantního trhu dále svědčí fakt, že v rámci samozásobení tato technologie představuje třetí nejvýznamnější technologii na broadbandovém trhu. Tento postup v poslední době přijaly i některé evropské regulační úřady⁴.

Rovněž je třeba vzít v úvahu nepřímé cenové omezení, které má na velkoobchodní trh konkurence na maloobchodním trhu.⁵

Část 2.1. b) - Přístup prostřednictvím WiFi

I v případě WiFi dle názoru společnosti Telefónica O₂ existují významné důvody pro zahrnutí do definice relevantního trhu.

² Bitstream Access – ERG Common Position – ERG (03) 33rev2

³ Viz obr. č. 2 přílohy

⁴ <http://circa.europa.eu/Public/irc/info/ecctf/library?l=/uk/registeredsnotifications/uk20070733&vm=detailed&sb=Title>
<http://circa.europa.eu/Public/irc/info/ecctf/library?l=/sterreich/registeredsnotifications/at20080757&vm=detailed&sb=Title>

⁵ Tento přístup použili v poslední době Rakouský TTK a Britský Ofcom. Např. Ofcom pomocí SSNIP testu demonstroval silný nepřímý vliv CATV služeb na velkoobchodní cenu ADSL, který svědčí pro zahrnutí CATV do relevantního trhu.



Hlavním argumentem pro vyloučení technologie WiFi z relevantního trhu je, že „není možné zaručit „kvalitu ekvivalentní přístupu prostřednictvím účastnických kovových vedení“ (řádky 710-711). Jedná se tedy o posuzování ekvivalence (blíže nespecifikovaných) technických parametrů souvisejících s „drátovostí či bezdrátovostí“ použité technologie. Jak je uvedeno výše, předmětem zkoumání by však měla být ekvivalence (lépe zastupitelnost) z hlediska užitných vlastností služby. Že z hlediska zákazníka jsou tyto technologie vzájemně zastupitelné demonstruje zejména situace na maloobchodním trhu, kde WiFi představuje nejrozšířenější technologické řešení. Rovněž zákaznická zkušenost u hlavních parametrů širokopásmových služeb je naprosto porovnatelná (ne-li lepší), jak ukazuje obr. č.1 přílohy. Je tedy zřejmé, že i velkoobchodní služba realizovaná pomocí WiFi by byla postačující k poskytování konkurenceschopných maloobchodních služeb a z funkčního hlediska ji lze považovat za substitut.

Pro zahrnutí do relevantního trhu dále svědčí to, že prostřednictvím samozásobení je technologie WiFi používána k poskytování největšího podílu služeb na maloobchodním trhu. Vzhledem k podílu na maloobchodním trhu navíc WiFi zcela nepochybně vyvíjí silný přímý i nepřímý cenový tlak na služby poskytované prostřednictvím ADSL (jak je blíže rozebráno v části II připomínek).

Řádky 920-921

Konstatování o pozici inkumbeta a porovnání s Evropou je neprůkazné. V jiných zemích není ADSL menšinovou technologií na trhu. Toto konstatování není navíc nijak interpretováno – jakoby naznačovalo SMP, jiné části analýzy však vylučují možnost k takovému závěru dojít.

Navrhujeme změnit text na: „...společnost Telefónica O₂ Czech Republic, a.s. udržuje svoji pozici v počtu xDSL širokopásmových přístupů, jejichž podíl na broadbandovém trhu trvale klesá.“

Graf č.4 „mezinárodní srovnání“ navrhujeme vypustit z analýzy, protože nesprávně popisuje trh v ČR. Vytváří umělý dojem, že technologie DSL je výjimečná a zkresluje stav broadbandového trhu v ČR. Jak je uvedeno ve druhém odstavci pod grafem č. 4, podíl této technologie na broadbandovém trhu v ČR je nižší než 40%. Nejedná se ani o technologii s nejvyšším podílem na trhu. Z těchto důvodů se domníváme, že pro účely analýzy je toto zkoumání neprůkazné.

Kontrola infrastruktury nesnadno duplikovatelné

Navrhujeme vypustit řádky 983-984 a doplnit závěr: „Zkoumání tohoto kritéria jednoznačně neukazuje na existenci významné tržní síly“.

Spotřebitelé nehledají konkrétní infrastrukturu nebo její variantu – nýbrž službu. Právě rozmanitost nabízených způsobů řešení je podstatou konkurence.

Vlastnictví infrastruktury rozhodně vylepšuje pozici firmy v konkurenčním boji, avšak v případě možnosti výstavby infrastruktury jiného typu nebo stejné je její vlastnictví irelevantní pro posouzení, zda někdo má nebo nemá dominantní postavení. Jak analýza konstatuje (řádky 974-975) „na analyzovaném trhu existuje prostor pro budování infrastruktury v případě využití jiných technologií“.



Věta „vybudování sítě srovnatelného rozsahu a parametrů jako přístupová síť Telefónica O₂ ostatními poskytovateli by vyžadovalo vynaložení takových investic, které by nezajišťovaly ekonomickou návratnost“ (řádky 971 – 974) je konstatováním toho, že ceny nejsou natolik vysoké, aby ospravedlnily podobnou výstavbu. Reálná konkurence již probíhá a bude probíhat v jiné oblasti a jinými technologiemi, to však neznamená, že se nejedná o konkurenci nebo že ta je slabá. Naopak, s ohledem na rozvoj technologií, by replikace sítě postavené na kombinaci metalické přístupové sítě a ADSL byl v dnešní době nesmyslná.

Řádek 1097-1102

Navrhujeme tuto pasáž vypustit. Regulační rámec neposkytuje oporu pro uložení takového opatření. Jestliže není porušována povinnost nediskriminace není zřejmý důvod, proč regulačním opatřením stanovit takto rigidní vztah mezi velkoobchodní a maloobchodní cenou. Navržené regulační opatření může vést spíše k negativním efektům, omezení flexibility v tvorbě produktů a tím omezení rozmanitosti služeb a zdražení instalace z pohledu spotřebitele. Rovněž hrozí zhoršení konkurenceschopnosti služeb na bázi ADSL oproti ostatním platformám, kde podobná omezení neexistují a instalace zdarma je běžná, ať už v rámci akčních nabídek nebo trvale.

Rozvinutost prodejní a distribuční sítě

Domníváme se, že Telefónica O₂ nedosahuje významné výhody v tomto parametru oproti ostatním konkurentům, a proto navrhujeme změnit text (řádka 1214) na „Kritérium jednoznačně nesvědčí ve prospěch existence samostatné významné tržní síly“.

V současné době je prodejní síť jen těžko ocenitelný parametr pro výběr konkrétní služby el.komunikací. Objednat službu vysokorychlostního internetu je možné mnoha způsoby (telefonicky, na internetových stránkách poskytovatelů, atd.), což hovoří proti významu tohoto indikátoru. Rovněž preferovaným způsobem dodání koncového zařízení je jeho zaslání zákazníkovi a nikoliv předání v prodejně poskytovatele. Učiněný závěr je teoretický. Empirické zkušenosti na maloobchodním trhu přitom nijak nesvědčí tomu, že by Telefónica O₂ z této proklamované výhody jakkoliv těžila.

Rozsah a rozmanitost produktů nebo služeb, úspory ze sortimentu

Navrhujeme změnit text (řádka 1244) na „Kritérium jednoznačně nesvědčí ve prospěch existence samostatné významné tržní síly“.

Pokud jde o fixní double/triple play balíčky, zejména CATV operátoři nejsou v jejich tvorbě nijak omezeni a rovněž existuje možnost tvořit podobné nabídky pomocí LLU. Nelze tedy konstatovat, že konkurenti nemají možnost nabízet stejný sortiment ve vlastní síti.

Stejně tak není možné tvrdit, že možnost tvořit fixně-mobilní balíčky tvoří „významnou výhodu“ společnosti Telefónica O₂. Jednak existuje možnost ostatních mobilních operátorů poskytovat podobné balíčky prostřednictvím fixních velkoobchodních služeb, ale především množství balíčků O2 Duo Mobil na trhu je nevýznamné.



Úspory z rozsahu

Navrhujeme změnit text (řádka 1252) na „Kritérium jednoznačně nesvědčí ve prospěch existence samostatné významné tržní síly“.

I přesto, že je Telefónica O₂ největším poskytovatelem služeb na trhu, nejsou úspory z rozsahu relevantním parametrem při cenotvorbě. Konkurenční operátoři na maloobchodním trhu dosahují větší flexibility cen při retenci zákazníků, ačkoliv nedosahují srovnatelných úspor z rozsahu. Toto kritérium není pro koncového zákazníka relevantní, neboť cenová úroveň služeb Telefónica O₂ je v mnoha případech vyšší než u konkurence. Nízké počáteční náklady umožňují především WiFi operátorům úspěšně konkurovat na broadbandovém trhu ve srovnání s kapitálově náročnějšími technologiemi bez ohledu na úspory z rozsahu. Rovněž ERG⁷ uznává, že alternativní operátoři nemusejí být znevýhodněni nedostatečnými úsporami z rozsahu ve srovnání s inkumbentem, pokud mohou využít novou technologii a podnikají na regionální bázi.

Vertikální integrace

Navrhujeme změnit text (řádka 1262) na „Kritérium jednoznačně nesvědčí ve prospěch existence samostatné významné tržní síly“.

Ostatní operátoři na broadbandovém trhu využívají dostupné výhody vertikální integrace. Je to případ prakticky veškerých služeb, které nejsou poskytovány na základě velkoobchodní nabídky společnosti Telefónica O₂. Podle grafu č. 12 je zřejmé, že nevýhoda absence vertikální integrace se týká pouze 3,7% (resp. 6,2%) širokopásmových služeb. Nelze tedy dojít k závěru, že toto kritérium tvoří unikátní nebo významnou výhodu společnosti Telefónica O₂.

Náklady na přechod a překážky přechodu k jinému poskytovateli produktů

Navrhujeme upravit text (řádky 1265-1270) na „Významnou bariérou přechodu k jinému poskytovateli ADSL služeb je pro koncového uživatele především skutečnost, že v případě přechodu od společnosti Telefónica O₂ Czech Republic, a.s. k jinému poskytovateli širokopásmového přístupu dochází k přerušení poskytování ADSL služby v řádu několika dnů (podle zjištění při kontrole konkrétních případů činila tato doba průměrně cca 11 dní). To nebrání přejít koncovému zákazníkovi k poskytovatelům broadbandových služeb na jiné technologické platformě.“

Domníváme se, že je třeba vhodně zohlednit vývoj na broadbandovém trhu. Zákazníci, kteří využívají jiné technologie přístupu mají broadband k dispozici bez ohledu na procesy související s migrací na technologii ADSL. Vzhledem k existenci mnoha konkurujících nabídek je zcela jednoduché pro zákazníka domluvit si a získat nového dodavatele v době před ukončení smluvního vztahu. Dále Úřad jakkoliv nezkoumal, zda se doba pro odpojení liší u konkurence. Rovněž je třeba upozornit na fakt, že zjištění o průměrné době přerušení služby vychází ze vzorku případů, které byly předmětem stížností. Průměrná doba přerušení služby u všech případů přechodu mezi poskytovateli služeb je kratší.

⁷ Common Position on the symmetry of fix call termination rates and symmetry of mobile call termination rates (str. 39)
http://www.erg.eu.int/doc/publications/erg_07_83_mtr_ftr_cp_12_03_08.pdf



Odstavec 3.2

Z důvodů výše uvedených navrhujeme reformulovat v následujícím znění:

„Sledovaná kritéria tržního podílu a kritéria zaměřená na charakteristiku podniku, jednoznačně nesvědčí pro existenci významné tržní síly. Vývoj cen na sledovaném trhu a situace na maloobchodním trhu závěr o existenci samostatné významné tržní síly vyvracejí.“

3.5. Závěry k analýze trhu

Navrhujeme provést úpravy v tom smyslu, že na trhu nepůsobí SMP subjekt

Věta na řádcích 1423-1424:

Je uvedeno, že „tento trh reprezentuje pouze něco málo více než polovinu trhu broadbandu“.

Jedná se pravděpodobně o neupravený text z předchozí verze analýzy. Podle aktuálně použité definice by relevantní trh reprezentoval přibližně jednu třetinu trhu broadbandu.



II. STANOVISKA A NÁZORY K NÁVRHU OPATŘENÍ:

V analýze je prakticky prokázáno, že na zkoumaném trhu neexistuje žádný subjekt s SMP (tj. takový, který se může chovat do značné míry nezávisle jak na konkurencích tak zákaznících), avšak toto není reflektováno v jejich závěrech a doporučeních.

Český trh je charakteristický konkurencí na úrovni infrastruktury mezi několika technologiemi (DSL, CATV, WiFi a další). Neexistuje žádná indikace vývoje k jedné dominantní technologii na trhu. Jak ukazuje i část 3.1.4 analýzy, širokopásmové služby prostřednictvím ADSL jsou pod silným konkurenčním tlakem zejména WiFi a CATV. Podle našich údajů⁸ je primární technologií podle počtu přístupů využívanou na trhu technologie WiFi. Tento vývoj trhu neprobíhá v žádné jiné Evropské zemi.

Podle informací Ministerstva informatiky⁹ bylo pokrytí WiFi na území ČR k 30.6. 2006 vyšší než pokrytí technologií ADSL. Vzhledem k tempu růstu obou technologií je pravděpodobné, že přístup k internetu prostřednictvím WiFi bude dostupný většině české populace. Tomuto závěru svědčí i statistika sdružení Internet pro všechny, která uvádí 6966 obcí (včetně částí obcí) s možností bezdrátového připojení¹⁰. Wifi technologie nabízí vysokorychlostní přístup srovnatelné technické a ekonomické úrovně jako DSL nebo kabelové řešení. Zákazníci si mohou vybrat z široké nabídky rychlostí (download, upload) agregací a ceny. Za posledních pět let se WiFi stala moderní a oblíbenou přístupovou technologií v ČR.

Zejména díky nízkým investičním nákladům je tato technologie dostupná každému podnikateli a WiFi může dosáhnout bez větších problémů na pokrytí blížící se 100% obyvatel ČR. Počet poskytovatelů a pokrytí stále roste s tím, jak přibývá dalších zákazníků.¹¹ Důsledkem je, že v ČR se prosadila konkurence mezi různými infrastrukturami v měřítku, které je nesrovnatelné s jinými zeměmi EU:

- Téměř všichni zákazníci mají na výběr nejméně ze dvou broadbandových technologií
- V oblastech pokrytých CATV má většina zákazníků na výběr z alespoň tří na sobě nezávislých technologií – jedná se o zhruba čtvrtinu českých domácností.

Relevantní trh je definován v souladu s *acquis communautaire* jako trh produktů a služeb, které jsou z hlediska charakteristiky, ceny a zamýšleného použití shodné, porovnatelné nebo vzájemně zastupitelné a to na území, na němž jsou soutěžní podmínky dostatečně homogenní a zřetelně odlišitelné od sousedních území (řádky 158 – 164).

Z této definice jednoznačně vyplývá, že charakteristika, cena a zamýšlené použití a vzájemná shoda, porovnatelnost a zastupitelnost těchto charakteristik musí být brána

⁸ viz obr.č. 4 přílohy

⁹ http://www.mvcr.cz/micr/files/3662/7_wifi.pdf

¹⁰ Přičemž počet obcí v ČR činil 6248.

¹¹ Bezdrátové technologie působí v městských i mimoměstských lokalitách. V počátku svého rozvoje byla technologie ADSL dostupná především v městských oblastech, současně s tím se WiFi technologie rozšířila v mimoměstských lokalitách. Jak se poptávka po broadbandových službách zvyšovala, rozšířily se WiFi sítě i do městských lokalit.



z pohledu spotřebitele. Spotřebitel a konkrétně koncový spotřebitel je podstatným prvkem, koneckonců právě kvůli spotřebiteli a jeho ochraně vůbec existují jak obecné regulace podnikání (jako třeba právo ochrany spotřebitele a právo hospodářské soutěže), tak i specifické regulace např. na trhu elektronických komunikací.

Konkrétní definice relevantního trhu (řádky 614 – 663) není ve svých důsledcích technologicky neutrální a prakticky vždy vyřazuje ze hry ostatní (zejména bezdrátové) technologie. Navíc je zcela irelevantní ve vztahu k zákazníkovi – jedná se pouze o obecný popis širokopásmového připojení v některých technologiích, které umožňují svojí technologickou strukturou velkoobchodní trh.

Vyloučení tak významných technologií, jako jsou CATV a WiFi sítě, z relevantního trhu znamená vážné narušení principu technologické neutrality a vede k závěrům, které zcela nedostatečně zohledňují reálný konkurenční tlak těchto technologií na služby poskytované prostřednictvím DSL. Přitom poslední vývoj naznačuje, že na celkově zpomalujícím broadbandovém trhu služby prostřednictvím DSL zpomalují nejrychleji¹².

Jak je již uvedeno výše k zahrnutí alternativních technologií do definice relevantního trhu přistoupili jak rakouský regulátor TTK tak britský Ofcom. Ofcom postavil zahrnutí jiných (než DSL) technologií do relevantního trhu na základě zohlednění jednak přímého, ale zejména nepřímého omezení, které tyto technologie vyvíjejí na velkoobchodní úrovni¹³.

V případě českého trhu pak pro zahrnutí alternativních technologií hovoří následující argumenty:

- Přímé omezení – pokud by Telefónica O₂ zvýšila ceny na velkoobchodním trhu, mohli by se konkurenční operátoři rozhodnout přejít právě k technologii WiFi. S ohledem na nízké počáteční náklady by jednak mohli ISP efektivně vyvinout hrozbu přechodu na samozásobení, jednak by mohlo dojít k otevření trhu pro další potenciální hráče. Navíc kabeloví operátoři by mohli vstoupit na trh s velkoobchodní nabídkou.
- Nepřímé omezení – pokud by Telefónica O₂ zvýšila velkoobchodní ceny, maloobchodní ceny společnosti by se musely zvýšit také a to by vedlo koncové zákazníky ke změně operátora nebo technologie. Jak se uvádí v závěru analýzy¹⁴, WiFi se v mnoha případech opravdu stává technologií, na kterou zákazníci přecházejí. Ofcom demonstroval nepřímý vliv pomocí SSNIP testu. V případě České republiky nemožnost zvýšit ceny DSL služeb jednoznačně ukazují tržní podíly a vývoj cen na maloobchodním trhu a rovněž vývoj čistých přírůstků na jednotlivých platformách.

Aktuální vymezení trhu vede k určení extrémně vysokého tržního podílu indikujícímu SMP bez ohledu na to, jaká je reálné situace na trhu. K závěru o SMP bychom se při dané definici trhu paradoxně dostali i za situace, že DSL přípojky by na maloobchodním trhu

¹² Graf č. 13 analýzy a obr. č. 4 přílohy.

¹³ Ofcom: Review of the wholesale broadband access markets 2006/07 – odstavce 3.154-3.180

¹⁴ „Pokles počtu přístupů na základě velkoobchodní nabídky je způsoben jednak tím, že dochází k migraci přístupů z velkoobchodní nabídky společnosti Telefónica O₂ Czech Republic, a.s. na vlastní nabídky alternativních operátorů realizované na základě LLU a také tím, že koncoví uživatelé přecházejí na jiné způsoby širokopásmového přístupu“ (řádky 925 – 929)



představovaly např. 1% přípojek nebo kdyby inkumbent neprovozoval vůbec maloobchodní službu a veškeré maloobchodní DSL přípojky realizovali jiní operátoři pomocí bitstreamu. Při aktuální věcné definici trhu ani neexistuje potenciál regulačních opatření situaci na takto úzce definovaném relevantním trhu změnit – principiálním opatřením je povinnost poskytovat bitstream. Je tedy zřejmé, že zahrnutí alternativních technologií do definice trhu a řádné zohlednění situace na maloobchodním trhu je nezbytné k tomu, aby analýza poskytla relevantní závěr o SMP, tedy schopnosti chovat se nezávisle na koncových uživateli a ostatních soutěžitelích.

Znaky konkurenčního trhu – vývoj ceny a kvality

Ekonomie charakterizuje konkurenční trh následujícími znaky

- Klesá cena služby
- Roste kvalita služby

Na českém broadbandovém trhu dochází k vývoji, který tato kritéria splňuje. Za posledních 5 let se zvýšila nejnižší nabízená rychlost jak u DSL tak u CATV ze 128 kbit na 2048 Mbit, to je posun v kvalitě služby. U obou typů služeb bylo kvalitativním znakem také množství dat, které mohl zákazník přenést. V roce 2008 bylo dosaženo posunu i v tomto kvalitativním parametru, datové omezení bylo zrušeno.

Z hlediska konkurenčních tlaků je důležité zmínit, že UPC nabízelo u své nejnižší rychlosti vyšší limit (10GB dat), které posléze zrušilo a jako druhá následovala úprava parametrů služby DSL. U parametru rychlosti udávala směr technologie DSL (postupné zvyšování minimální rychlosti), na který reagovali CATV operátoři také zvyšováním minimální rychlosti na stejnou úroveň.

U parametru ceny je vidět významný vliv WiFi operátorů, kteří nabízejí vysokorychlostní internet v nejnižších cenových hladinách. Ceny CATV i DSL prošly v čase vývojem směrem k nižším cenovým hladinám, což je pozitivní trend pro koncového zákazníka a zároveň „důkaz“ o zdravém vývoji na trhu vysokorychlostního internetu.

V ČR roste kvalita služeb vysokorychlostního internetu a zároveň klesají ceny, což značí konkurenční vývoj na trhu.

Pozitivní cenový vývoj demonstruje i část „Ceny a ziskovost“ analýzy. Přesto, že jde o zcela zásadní nález, který jednoznačně svědčí proti existenci SMP na trhu, není v závěru analýzy dostatečně zohledněn.

Závěry:

- Na trhu broadbandu v ČR se rozvíjí konkurence na úrovni infrastruktury, přičemž nejrozšířenější technologií je WiFi.
- Analýza trhu broadbandu by měla zohlednit konkurenční význam CATV sítí pro rozvoj trhu.
- Bez ohledu na to, zda je nepřímý vliv služeb poskytovaných na maloobchodní úrovni vzat v úvahu již ve fázi definice trhu nebo při posuzování SMP, údaje obsažené v analýze svědčí závěru, že Telefónica O₂ se nemůže chovat nezávisle na ostatních soutěžitelích a spotřebitelích a tedy nemá významné postavení na trhu.



Geografické vymezení trhu

Úřad vyšel při geografickém vymezení trhu z toho, že podmínky a ceny služeb jsou na celém území poskytovány jednotně.

Je ovšem nutno podotknout, že zastoupení technologií a úroveň konkurence na území republiky homogenní nejsou. Jak ukazuje obr. č. 3 přílohy, podíl jednotlivých technologií podle krajů se významně liší. V tomto ohledu se zdá být relevantní zvážit tzv. geografickou segmentaci buď na úrovni definice trhu nebo v rámci ukládání nápravných opatření.

Geografická segmentace je v současnosti intenzivně diskutována ve Španělsku. Ofcom použil geografickou segmentaci na maloobchodní a velkoobchodnímu trhu. Na velkoobchodním trhu uplatnil různá regulační opatření, podle stupně konkurence na jednotlivých MDF¹⁵. Rakouský TTK vymezil velkoobchodní trh na celém území Rakouska, ale geograficky rozlišil regulační opatření. Kriteřiem byl stupeň konkurence na úrovni MDF.

¹⁵ Ofcom dále zmínil, že model jediné ceny pro celý trh se již rozpadl, protože dynamika konkurence na trhu působí na lokálních trzích různou intenzitou. Zde vidíme podobnost mezi trhy VB a ČR v souvislosti s rozvojem WiFi sítí.