



Č e s k ý t e l e k o m u n i k a č n í ú ř a d

se sídlem Sokolovská 219, Praha 9
poštovní přihrádka 02, 225 02 Praha 025

NÁVRH

Praha, 27. května 2022
Čj. ČTÚ-25 085/2022-611

Český telekomunikační úřad (dále jen „Úřad“ nebo „ČTÚ“) jako příslušný orgán státní správy podle § 108 odst. 1 písmene b) zákona č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o elektronických komunikacích), ve znění pozdějších předpisů (dále jen „Zákon“) a zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, na základě výsledků veřejné konzultace uskutečněné podle § 130 a konzultace podle § 131 Zákona, rozhodnutí Rady Úřadu podle § 107 odst. 9 písmene b) bod 2 a k provedení § 51 Zákona vydává opatřením obecné povahy

analýzu trhu č. A/3/XX.2022-X,

trh č. 3 – velkoobchodní trh přístupu k mobilním službám.

Článek 1

Výsledky analýzy relevantního trhu

(1) Úřad analyzoval relevantní trh č. 3 – velkoobchodní trh přístupu k mobilním službám (dále jen „relevantní trh“).

(2) Na základě analýzy Úřad konstatuje, že relevantní trh není v časovém období, které je předmětem analýzy, efektivně konkurenčním trhem, neboť na něm působí podniky s významnou tržní silou a nápravná opatření vnitrostátního práva nebo práva Evropské unie v oblasti hospodářské soutěže nepostačují k řešení daného problému a že na tomto trhu je v zájmu ochrany hospodářské soutěže a v zájmu ochrany koncových uživatelů nutné zavést opatření zabráňující dalšímu zhoršování hospodářské soutěže, zejména pak zabráňující vytlačování některých soutěžitelů z maloobchodního trhu prostřednictvím stanovení nepřiměřených smluvních podmínek na tomto velkoobchodním trhu na úkor koncových uživatelů na maloobchodním trhu.

Článek 2

Návrh na stanovení podniku s významnou tržní silou

Na základě analýzy relevantního trhu Úřad navrhuje stanovit podnikem s významnou tržní silou na tomto trhu společnost T-Mobile Czech Republic a.s., se sídlem Tomíčkova 2144/1, Praha 4 – Chodov, IČ 64949681, společnost O2 Czech Republic a.s., se sídlem Za Brumlovkou 266/2, Praha 4 – Michle, IČ 60193336, a společnost Vodafone Czech Republic a.s., se sídlem náměstí Junkových 2808/2, Praha 5 – Stodůlky, IČ 25788001.

Článek 3

Návrh povinností, které Úřad hodlá uložit v zájmu ochrany hospodářské soutěže a ochrany uživatelů

Navrhuje se uložit podnikům s významnou tržní silou povinnosti podle § 51 odst. 6 písm. a), b), c), d) a e) Zákona:

- 39 a) průhlednosti podle § 82 Zákona, uveřejnit informace týkající se přístupu
40 v rozsahu vymezeném v písmenu d);
- 41 b) nediskriminace podle § 81 Zákona;
- 42 1. uplatňovat rovnocenné podmínky za rovnocenných okolností pro ostatní
43 podnikatele,
- 44 2. poskytovat ostatním podnikatelům služby a informace za stejných
45 podmínek a ve stejné kvalitě, v jaké je poskytuje pro služby vlastní;
- 46 c) oddělené evidence nákladů i výnosů podle § 86 Zákona tak, aby:
- 47 1. při určování cen na maloobchodní i velkoobchodní úrovni bylo
48 prokazatelné, že nedochází k neodůvodněnému křížovému financování,
- 49 2. byly k dispozici podklady pro ověření nákladů a výnosů za jednotlivé
50 služby;
- 51 d) přístupu k specifickým síťovým prvkům a přiřazeným prostředkům a jejich
52 využívání dle § 84 Zákona, a to konkrétně povinnost vyhovět přiměřeným požadavkům všech
53 podnikatelů, kteří jsou oprávněni žádat o přístup v souladu se Zákone, na přístup k veřejné
54 komunikační síti nebo síťovým zařízením a k velkoobchodním službám elektronických
55 komunikací poskytovaných podnikatelem s významnou tržní silou za účelem poskytování
56 mobilních služeb, jak byly vymezeny v rámci produktového vymezení relevantního trhu, tedy
57 službám zahrnujících datové služby, hlasové služby i služby SMS;
- 58 e) související s regulací cen podle § 56 a 57 Zákona, a to tak, že velkoobchodní
59 ceny budou stanoveny na základě principu zákazu stlačování marží.

60 Článek 4

61 Účinnost

62 Toto opatření obecné povahy nabývá účinnosti patnáctým dnem ode dne jeho
63 uveřejnění v Telekomunikačním věstníku.

Odůvodnění

64

65 Část A

66 Úřad, při pozorování přetrvávajících problémů na trhu a v reakci na rozhodnutí Komise
67 ze dne 17. 2. 2022, doplnil podle § 51 až 53 Zákona a § 131 odst. 2 předposlední věta Zákona
68 analýzu relevantního trhu č. 3 – velkoobchodní trh přístupu k mobilním službám. Relevantní
69 trh je stanoven Opatřením obecné povahy č. OOP/1/05.2021-5, kterým se stanoví
70 relevantní trhy v oboru elektronických komunikací, včetně kritérií pro hodnocení významné
71 tržní síly (dále jen „Opatření“), v souladu s Doporučením Komise (EU) 2020/2245, ze dne 18.
72 prosince 2020 o relevantních trzích produktů a služeb v odvětví elektronických komunikací,
73 které připadají v úvahu pro regulaci ex ante podle směrnice Evropského parlamentu a Rady
74 (EU) 2018/1972, kterou se stanoví evropský kodex pro elektronické komunikace (dále jen
75 „Doporučení“).

76 Část B – Metodika definování relevantních trhů, analýzy relevantních trhů, posouzení 77 významné tržní síly a určení nápravných opatření v oblasti elektronických komunikací 78 v České republice

79 Úřad postupoval při zpracování analýzy relevantního trhu v souladu s [Metodikou](#)
80 [analýzy relevantních trhů](#) (dále jen „Metodika“), která je zveřejněna na webových stránkách
81 Úřadu. Metodika je obecně platná pro všechny analýzy relevantních trhů, je veřejně dostupná,
82 a proto v tomto opatření není znovu uváděna v plném znění. Nad rámec výše uvedené
83 Metodiky při zpracování analýzy Úřad vycházel též z Doporučení.

84 Část C – Úvod k analýze relevantního trhu č. 3 – velkoobchodního trhu přístupu k 85 mobilním službám

86 C.0 Preamble – shrnutí závěrů analýzy mobilního trhu 2021–2022

87 Podle mezinárodního srovnání prováděného Evropskou komisí jsou **ceny mobilních**
88 **služeb na maloobchodním trhu v ČR i o 90 % vyšší**, než je průměr cen v EU. V případě
89 **ceny dat je ČR podle srovnání společnosti Cable.co.uk dokonce až 200 % nad**
90 **průměrem**.

91 Příčinou vysokých cen na maloobchodním trhu je nízká úroveň soutěže na
92 maloobchodním trhu, kterou brzdí také vysoké ceny na velkoobchodním trhu, především
93 v oblasti datových služeb, a které využívají 3 MNO k uzavření trhu pro ostatní hráče¹.

94 Selhání efektivní hospodářské soutěže na velkoobchodním trhu

95 Na českém maloobchodním mobilním trhu existuje již od počátku **oligopol s 3 MNO**
96 (O2, T-Mobile a Vodafone, původně duopol Radiomobil a Eurotel), kteří v současnosti, přímo
97 nebo prostřednictvím s nimi majetkově propojených MVNO, **kontrolují přibližně 98 %**
98 **maloobchodního trhu**². Pouze přibližně 2 % z tržního podílu připadají na nezávislé hráče,
99 tedy majetkově nepropojené MVNO. **Podíl 3 MNO na velkoobchodním trhu činí 99 %**.
100 3 MNO koordinují svoji strategii v rámci tacitní koluze, což vede k uzavření a rozdělení trhu.

¹ Průměrné ceny datových služeb na velkoobchodním trhu jsou vyšší než ceny těchto služeb na maloobchodním trhu, nabídka produktů je na velkoobchodním trhu omezená a neumožňuje vstup nových hráčů ani replikovatelnost nabídek MNO na maloobchodním trhu.

² Měřeno objemem tržeb na maloobchodním trhu.

101 To dokládají, mimo jiné i výše uvedené vysoké ceny, **dlouhodobě stabilní tržní podíly a**
102 **vysoké EBITDA marže MNO, které dosahují úrovně téměř 40 % a patří k nejvyšším v EU.**

103 **Nedokonalá konkurence a selhání hospodářské soutěže**

104 Příčinou nízké míry konkurence (a také vysokých maloobchodních cen) je především
105 **nedostatek efektivní hospodářské soutěže na velkoobchodním trhu, který je dopadem**
106 **společné významné tržní síly MNO.** Jednoznačným důkazem selhání trhu jsou skutečnosti,
107 že průměrná **velkoobchodní cena dat byla jak v roce 2020, tak v pololetí 2021 přibližně**
108 **2x vyšší než** průměrná **cena maloobchodní.** V analýze v roce 2021 bylo až 82 %
109 **maloobchodních tarifů MNO nereplikovatelných ze strany MVNO, a to z důvodu**
110 **chybějící nebo nedostatečné velkoobchodní nabídky. V roce 2022 dle současné analýzy**
111 **trhu došlo ke zhoršení situace a nereplikovatelných je již 84 % tarifů.** Hlavním problémem
112 je replikovatelnost datové nabídky, tedy zejména tarifů, které obsahují větší nebo velký objem
113 dat. Tuto skutečnost potvrdili ČTÚ také MVNO v dotazníkovém průzkumu, který v roce 2022
114 realizoval ČTÚ.

115 **Velkoobchodní i maloobchodní trh stagnují**

116 Nezlepšující se situaci na velkoobchodním trhu, který do značné míry brzdí zlepšování
117 situace na trhu maloobchodním (viz stabilně špatná pozice ČR v mezinárodních srovnáních),
118 **není možné bez regulačního zásahu zvrátit.** Na nápravu **nepostačuje ani aplikace**
119 **soutěžního práva. Vstup nového MNO, který by s využitím národního roamingu situaci**
120 **na obou trzích zvrátil, není dle zjištěných informací, ze strany ČTÚ očekáván dříve než**
121 **v roce 2025, pokud vůbec. Vstup jiného hráče na velkoobchodní trh není vzhledem k**
122 **vysokým bariérám vstupu, mimo jiné omezenému frekvenčnímu spektru, možný v**
123 **uvažovaném časovém horizontu.**

124 **Pokračování disfunkce konkurence na mobilním trhu přinese ohrožení také pro**
125 **trh „triple-play“, tj balíčků mobilních služeb, fixního internetu a TV, které v ČR neustále**
126 **získávají na popularitě. Všichni 3 MNO jsou také významnými poskytovateli fixních služeb a**
127 **balíčkování již efektivně začínají využívat na vytlačování konkurence z trhu – pro neatraktivní**
128 **nebo chybějící velkoobchodní nabídku mobilních služeb nemůžou menší konkurenti replikovat**
129 **nabídku balíčků, nebo tuto nabídku musí prodávat s výrazně nižší marží než doposud.**

130 **Prognóza ekonomického vývoje a implikace pro mobilní trh**

131 Již razantně zvýšená (nad 10 %) **inflace zvyšuje riziko budoucího růstu ceny, který**
132 **bude ještě umocněn růstem vstupů, a to především cen energií, které v 2. pololetí roku**
133 **2022 vzrostou o dalších přibližně 30 % a mohou být použity ze strany MNO jako důvod pro**
134 **neadekvátní zvýšení cen nejen na maloobchodním, ale také na velkoobchodním trhu.**

135 **Návrh opatření pro dosažení konkurenceschopnosti velkoobchodního trhu**

136 Úřad proto navrhuje z výše uvedených důvodů přistoupit k ex ante regulaci
137 velkoobchodního trhu s vědomím jasného prokázání 3K testu v oblasti bariér vstupu na trh,
138 disfunkce velkoobchodního trhu s tím, že právo hospodářské soutěže není dostatečným
139 nástrojem pro zásadní změnu fungování trhu v ČR, jak bylo také potvrzeno ÚOHS, BEREK a
140 EK. Stejně jako jednání ve shodě bylo prokázáno 3 MNO na základě AIRTOURS testu.

141 **3 kritériální test pro prokázání vhodnosti zavedení ex-ante regulace z pohledu** 142 **jeho struktury**

143 **Kritérium č. 1 – existence značných a nikoli dočasných strukturálních, právních nebo**
144 **regulačních překážek vstupu**

145 K vyhodnocení tohoto kritéria slouží analýza jednotlivých překážek, které znemožňují
146 vstup na trh:

- 147 1. Omezené frekvenční spektrum = v analýze prokázáno, že není k dispozici dostatečné
148 spektrum pro nového MNO;
- 149 2. Vysoká investiční náročnost = v analýze prokázáno např. na základě výše investic 3
150 existujících MNO, analýzou komplexnosti a délky trvání výstavby síťové infrastruktury;
- 151 3. Nedostatečná a cenově nevýhodná existující velkoobchodní nabídka = prokázáno
152 v analýze např. testem replikovatelnosti;
- 153 4. Neefektivní vstup MVNO na trh = prokázáno analýzou nízkého tržního podílu, analýzou
154 rozdílů (např. v adresování nabídky) mezi MVNO majetkově propojenými s MVNO a
155 nezávislými MVNO, analýzou replikovatelnosti a mezinárodním srovnáním působení
156 MVNO na jiných trzích;
- 157 5. Vysoké investice do marketingu značky = prokázáno analýzou;
- 158 6. Nemožnost dosáhnout úspory z rozsahu = dokázáno analýzou struktury
159 velkoobchodního a maloobchodního trhu v ČR.

160 V kontextu českého trhu mobilních služeb je sice pravda, že na trhu existují MVNO, ale
161 ti to nemohou na trh vstoupit efektivním způsobem z důvodu nereplikovatelnosti
162 maloobchodních nabídek, proto jejich podíl zůstává zanedbatelný. Dále platí, že v České
163 republice existují regulované prostředky vstupu pro nové hráče na trh (národní roaming z 5G
164 aukce či velkoobchodní datové nabídky z 4G a 5G aukcí); tyto však nejsou v relevantním
165 časovém horizontu realizovatelné. Národní roaming nebude dle analýzy Úřadu implementován
166 dříve než na konci roku 2024 a datové velkoobchodní nabídky nejen že neumožňují přístup
167 k hlasovým službám, které v současné době stále požaduje většina zákazníků, ale i v případě
168 teoretické možnosti jejich integrace na jednu SIM, neumožňují pro MVNO replikaci tarifů.
169 Z pohledu cenové úrovně regulovaných velkoobchodních nabídek pro 4G a 5G data, tyto v
170 kombinaci s komerčními velkoobchodními dohodami pro hlas a SMS služby pro jednoho
171 zákazníka na jednu SIM³, nijak zásadně nezlepšují replikovatelnost produktů MNO pro MVNO,
172 a to zejména pro „Light MVNO“.

173 Proto Úřad považuje první kritérium za splněné.

174 **Kritérium č. 2 – struktura trhu, která v daném časovém horizontu nesměruje k účinné**
175 **hospodářské soutěži**

176 K vyhodnocení tohoto kritéria slouží analýza vývoje trhu (např. ceny, tržní podíly MNO,
177 tržní podíly MVNO, tržby, ziskovost atd.), konkrétně:

- 178 1. Trvale vysoká cena na maloobchodním trhu – prokázáno mezinárodním srovnáním
179 EK a srovnáním Cable.co.uk (až o 200 % vyšší než průměr EU);
- 180 2. Stablně nízký podíl nezávislých MVNO na maloobchodním trhu nepřekračující 2 %
181 v přepočtu podle tržeb: tj 98 % maloobchodního trhu kontrolují MNO a s nimi

³ Dle názoru ČTÚ je možnost kombinace těchto nabídek na jednu SIM spíše teoretická.

- 182 majetkově propojení MVNO; podle mezinárodních srovnání existují pouze dva
183 funkční modely efektivního trhu – agregovaný tržní podíl MVNO na maloobchodním
184 trhu nad 10 % (např. v Německu) nebo existence 4. a dalšího operátora; ani jeden
185 model není na trhu v ČR nejméně do konce roku 2024 za stávajících podmínek
186 realizovatelný (4. MNO na základě národního roamingu vstoupí plnohodnotně na
187 velkoobchodní trh nejdřív v roce 2025 a nezávislí MVNO nemohou dlouhodobě
188 překročit svůj nízký tržní podíl z důvodu nekonkurenční velkoobchodní nabídky);
- 189 3. 2x vyšší průměrná cena dat na velkoobchodním trhu, než je průměrná cena na trhu
190 maloobchodním;
- 191 4. Zhoršení replikovatelnosti produktů MNO ze strany MVNO na maloobchodním trhu
192 na 84 %;
- 193 5. Dynamika trhu z pohledu cen – navzdory jistému poklesu maloobchodních cen se
194 ČR nedokáže přesunout z posledního místa mezinárodního srovnání, ve všech
195 sledovaných tarifech, které připravuje EK;
- 196 6. Dynamika trhu z pohledu podílu na trhu – podíl třech MNO je stabilní, 98 % oproti
197 dynamice trhu v EU, kde je CAGR MVNO + 6 a více %;
- 198 7. Vysoká míra ziskovosti – dle veřejně dostupných zdrojů dosahuje ziskovost třech
199 MNO téměř 40 %;
- 200 8. Nízká elasticita trhu – poptávka je konzistentně v celém sledovaném období
201 neelastická. Změna poptávky žádným způsobem neovlivní změnu ceny.

202 Úřad vyhodnotil zejména na základě stagnace tržních podílů MVNO, že trh se nevyvíjí
203 k účinné hospodářské soutěži. Dále Úřad na základě mezinárodních statistik zjistil, že ceny
204 maloobchodních mobilních služeb v ČR patří k těm úplně nejvyšším v EU, zejména u cen za
205 data. K tomuto závěru dále přispívá skutečnost, že velkoobchodní ceny neklesají zdaleka
206 takovým tempem jako ceny maloobchodní, což znamená, že pro MVNO se trvale zužuje
207 prostor pro fungování na trhu.

208 Dále byla struktura trhu vyhodnocena jako nevedoucí k účinné hospodářské soutěži
209 na základě aplikace teorie her, která prokázala, že na rozdíl od maloobchodního trhu, kde jsou
210 MNO finančně motivováni udržovat strukturu trhu, včetně tržních podílů, na současné stabilní
211 a velmi vysoké agregátní úrovni, tak v případě velkoobchodního trhu dokonce dochází k jeho
212 disfunkci a měření tržních podílů je prakticky irelevantní. Více než 50 % všech SIM na
213 velkoobchodním trhu MNO umísťují u MVNO, kteří jsou s nimi majetkově propojení. Pokud jde
214 o hlasový provoz, z hlediska použití velkoobchodní nabídky, až 72 % velkoobchodní nabídky
215 prodávají 3 MNO třem s nimi majetkově propojeným virtuálním operátorům. Obdobná situace
216 (72 %) je také v případě nabídky SMS. V případě nabídky dat je podíl majetkově propojených
217 MVNO dokonce 73 %. Podíl velkoobchodního prodeje majetkově propojeným virtuálním
218 operátorům se navíc každý rok zvyšuje. MNO tak udržují podíl nezávislých MVNO na
219 maloobchodním trhu na stabilní úrovni kolem 2 %⁴. Velkoobchodní trh tak relevantně obsluhuje
220 pouze 2 % maloobchodního trhu, navíc velmi omezeně z důvodu kvalitativní (cenové) limitace
221 nabídky ze strany MNO pro nezávislé MVNO. Toto omezení se dokonce zvýšilo, co je zřejmé
222 ze zhoršené replikovatelnosti tarifů MNO ze strany MVNO na maloobchodním trhu oproti
223 analýze trhu z roku 2021. MVNO jsou již vytlačeni do nabídky s cenovou úrovní do 300 Kč,
224 přičemž v roce 2021 byla tato hraniční úroveň 500 Kč.

⁴ Měřeno objemem výnosů.

225 Jako další důkaz nefunkčnosti konkurence na trhu lze též uvést elasticitu poptávky po
226 mobilních službách a její vývoj – poptávka je konzistentně v celém sledovaném období
227 neelastická. Změna poptávky žádným způsobem neovlivní změnu ceny.

228 Všechny tyto ukazatele potvrzují, že relevantní trh nesměruje k účinné hospodářské
229 soutěži, a naopak dochází k trvalému zhoršování situace na trhu.

230 **Kritérium č. 3 – právo hospodářské soutěže je samo o sobě nedostatečné k tomu, aby** 231 **adekvátně řešilo zjištěná selhání trhu**

232 K tomuto kritériu Úřad doložil kromě své vlastní analýzy také vyjádření ÚOHS, které
233 potvrzuje, že právo hospodářské soutěže není dostatečné k nápravě zjištěných selhání.
234 S tímto závěrem souhlasil i BEREC a Komise ve svém rozhodnutí k tomuto závěru neuvedla
235 žádné specifické výhrady.

236 **MNO jednájí v tiché koordinaci a disponují společnou významnou tržní silou, což** 237 **prokázala analýza tzv. Airtours kritérií, provedená dle metodiky Evropské komise**

238 **„Nulté“ kritérium – způsobilost trhu k tacitní koluzi**

239 Toto kritérium se vyhodnocuje na základě posouzení, zda je trh svou strukturou
240 způsobilý k tomu, aby na něm mohla existovat tacitní koluze. To se vyhodnocuje na základě
241 analýzy počtu hráčů na trhu, jejich tržních podílů, symetrického postavení či např. homogenity
242 služeb. U oligopolních telekomunikačních trhů s omezeným počtem hráčů (typicky mobilní
243 trhy) platí, že tyto jsou způsobilé k tacitní koluzi, jelikož se jedná o trhy s nízkým počtem hráčů
244 (3-4), kteří mají stabilní tržní podíly, které jsou v zásadě symetrické, a kteří poskytují
245 srovnatelné mobilní služby. To platí také pro analyzovaný relevantní trh. Vybraná hlavní
246 zjištění pro toto kritérium je možné sumarizovat:

- 247 1. Teorie her prokázala, že MNO jsou finančně motivováni udržovat tacitní koluzi na
248 maloobchodním i velkoobchodním trhu;
- 249 2. Tržní podíl nezávislých MVNO dlouhodobě na maloobchodním trhu zůstává na
250 hranici 2 %⁵ a na trh velkoobchodní díky již zmiňovaným bariérám nedokážou
251 vstoupit; anebo
- 252 3. MNO udržují velkoobchodní trh nefunkční a nekompetitivní – MNO obsluhují
253 významnou většinu velkoobchodního trhu (98 % - 99 % nabídky podle typu
254 komponentu služby⁶) např. vyšší cenou za data na velkoobchodním trhu než na
255 maloobchodním trhu, většina nabídky je konzumována MNO s majetkově
256 propojenými MVNO, nebo skutečnost, že žádný z MVNO ve sledovaném období
257 nezměnil poskytovatele velkoobchodních služeb.

258 **Kritérium 1 – transparentnost**

259 Toto kritérium hodnotí, zda každý člen oligopolu je schopen zjistit chování ostatních
260 členů, aby si ověřil, zda se chovají stejně, či nikoliv, tj. zda se chovají podle stejné tiše
261 koordinované strategie. K tomu je nutná existence tzv. referenčního bodu a možnosti
262 transparentního monitorování všech hráčů. V případě českého trhu Úřad dospěl k tomu, že

⁵ Měřeno objemem výnosů.

⁶ hlas, SMS nebo data

263 referenčním bodem jsou maloobchodní ceny mobilních služeb, podle kterých lze hodnotit ceny
264 velkoobchodní, a že tyto ceny jsou pro všechny členy tacitní koluze pozorovatelné a
265 transparentní, ačkoliv existuje vícero tarifů s různými parametry a cenami. Tento závěr také
266 podpořil BEREC, který uvedl, že „market transparency may in principle be sufficient to meet
267 the Airtours criteria“.

268 Pro detailnější vysvětlení ČTÚ dodává, že každý MNO může snadno sledovat úroveň
269 velkoobchodních cen nabízených ostatními MNO prostřednictvím úrovně maloobchodních cen
270 služeb MVNO aktivních v jiných mobilních sítích. Velkoobchodní ceny (MNO) přímo ovlivňují
271 maloobchodní ceny (MVNO), což je samozřejmě obecně základní princip umožňující ČTÚ
272 zasahovat a regulovat velkoobchodní trhy vůbec. Pokud by se jeden z MNO odklonil od
273 sjednoceného přístupu a snížil své velkoobchodní ceny ve snaze získat větší podíl na
274 velkoobchodním trhu, pak by se tyto nižší velkoobchodní ceny promítly do nižších
275 maloobchodních cen, které jsou veřejně dostupné, a tudíž je mohou sledovat ostatní MNO.
276 Všichni MNO vědí, kteří MVNO využívají přístup a od kterých MNO, a mohou tak snadno
277 sledovat maloobchodní ceny a nabídky MVNO v sítích ostatních dvou MNO.

278 Skutečnost, že od roku 2014 nedošlo ze strany MVNO ke změně velkoobchodního
279 provozovatele⁷, také ukazuje na disfunkci velkoobchodního trhu. Kdykoli MVNO zahájí
280 obchodní jednání s jedním MNO, což se prakticky okamžitě stane na trhu běžně známé,
281 ostatní MNO do žádné efektivní diskuse s takovým MVNO jednoduše nevstupují.

282 Kromě zjištění již uvedených v nultém kritériu, je možno sumarizovat tyto vybraná
283 hlavní zjištění:

- 284 1. Transparence trhu byla dokázána nejen mapováním trhu a analýzou
285 replikovatelnosti založenou na veřejně dostupných datech, byla též prokázána
286 transparence tzv. „neveřejných“ nabídek MNO na maloobchodním trhu, které,
287 kromě faktu, že jsou na trhu na ústupu a využívány minimálně⁸, jsou také
288 transparentní – buď se nacházejí v cenících MNO (a tedy se vlastně nejedná o
289 neveřejné nabídky), nebo jsou dohledatelné z veřejných zdrojů (které se na sbírání
290 informací o těchto nabídkách dokonce specializují, ale samy uvádějí, že je „drtivá
291 většina“ zákazníků nevyužívá⁹), o čemž ČTÚ předložil důkaz;
- 292 2. Již uvedená aplikace teorie her prokázala, že je pro MNO přímo nevýhodné se od
293 tacitní koluze odklánět; ČTÚ zároveň demonstroval funkčnost odvetného
294 mechanismu pro případ odklonění MNO od tacitní koluze, který je v principu také
295 založen na finanční motivaci MNO;
- 296 3. Nefunkčnost velkoobchodního trhu a nemožnost replikace stěžejních a na
297 maloobchodním trhu perspektivních datově orientovaných tarifů MNO ze strany
298 MVNO byla prokázána také na základě dotazníkového průzkumu ČTÚ mezi MVNO.

299 **Kritérium 2 – udržitelnost**

300 Toto kritérium hodnotí, zda je stav tiché koordinace udržitelný, teda zda existují odvetná
301 opatření v případě jednání odchylovajícího se od společného způsobu chování. Kritériem pro

⁷ Jako změnu velkoobchodního provozovatele Úřad nepovažuje vynucenou změnu vyvolanou fúzí/nákupem a změnou vlastníka MVNO.

⁸ A tedy jsou pro analýzu z hlediska kvantitativní analýzy nerelevantní.

⁹ Např. <https://mojeretence.ictx.cz/>.

302 vyhodnocení tohoto kritéria je, zda na trhu existuje konkrétní identifikované opatření, které by
 303 mohli ostatní členové tiché koordinace použít a tím pádem zmařit (preventivně či reaktivně)
 304 odchylný se jednání. Úřad toto kritérium shledal jako splněné na základě historického jednání
 305 MNO, kdy 2 MNO byli schopni v řádu dnů zareagovat na snížení cen posledním MNO a
 306 v důsledku nedošlo ke změně podílů ani dalším pokusům o podobné snížení a odchýlení se,
 307 což značí efektivitu tohoto prokázaného opatření. Úřad dále doplnil argumentaci k odvetnému
 308 mechanismu. Úřad dále dopracoval analýzu na základě teorie her, podle které na
 309 posuzovaném trhu není pro žádného MNO výhodné se odchýlit od stávající společné tiše
 310 koordinované strategie nepustit na velkoobchodní trh relevantní MVNO či jiné hráče, a tím si
 311 chránit stávající podíly na trhu maloobchodním.

312 **Kritérium 3 – existence vnějších faktorů**

313 U tohoto kritéria se hodnotí, zda by předvídatelná reakce skutečných a potenciálních
 314 soutěžitelů a spotřebitelů neohrozila výsledky očekávané v důsledku společné strategie. Úřad
 315 toto kritérium vyhodnotil tak, že existují významné překážky pro vstup dalšího síťového
 316 operátora na trh, a současně, že ani strana poptávky a ani (současná či potenciální)
 317 konkurence možných účastníků tacitní koluze nemají takovou sílu, aby narušili případnou
 318 tacitní koluzi. To platí zejména v časovém horizontu, na který je analýza zaměřená.

319 Společná významná tržní síla a zejména tacitní koluze 3 MNO na trhu maloobchodním
 320 i velkoobchodním byla doložena také matematickou aplikací teorie her – **žádný z MNO není**
 321 **ekonomicky motivován změnit své chování a nebýt součástí tacitní koluze.**

322 **Návrh opatření pro zvýšení konkurenceschopnosti a atraktivnosti trhu**

323 ČTÚ má ambici dosáhnout zlepšení stavu aplikací regulačních nástrojů, které by
 324 podobně, jako tomu bylo v letech 2012–2013 v Rakousku, dokázaly významně zvýšit míru
 325 konkurence a cenovou úroveň na maloobchodním trhu (Rakousko je v současném cenovém
 326 srovnání řádově i o 50 % niž než průměr Evropské unie).

327 **Úřad navrhuje zavedení regulace velkoobchodního trhu, která stanoví ceny pro**
 328 **MVNO na základě zásady zákazu stlačování marží.**

329 Takovéto snížení velkoobchodních cen **umožní postupné snižování cenové úrovně**
 330 **mobilních služeb na maloobchodním trhu v ČR ze současné řádově 90 % nad průměrem**
 331 **EU¹⁰ na průměr EU.** Tyto opatření budou fungovat v synergickém efektu s možným vstupem
 332 dalšího MNO na český trh v roce 2025 nebo později.

333 **Vypořádání připomínek Komise dle rozhodnutí ze dne 17. února 2022**

Bod	Připomínka:	Reakce Úřadu na připomínku
K prvnímu kritériu 3K testu		
Bod 77 a 78	Komise se v návaznosti na vznesené vážné pochybnosti domnívá, že návrh opatření není dostatečně zaměřen do budoucna, jak požaduje čl. 67 odst. 2 kodexu. Komise bere na vědomí návrh ČTÚ uložit navrhovanou regulaci na dobu nepřesahující čtyři roky a poté provést posouzení trhu v polovině	Úřad provedl analýzu se zaměřením do budoucna v souladu s čl. 67 odst. 2 kodexu, jako příklad je možno uvést analýzu národního roamingu nebo závěry z průzkumu trhu a aplikace teorie her – všechny tyto zmiňované (a další) části analýzy poukazují na to, že se špatná situace na trhu bez regulačního zásahu nejméně

¹⁰ V případě ceny dat je tento rozdíl až 200 % dle srovnání podle Cable.co.uk.

Bod	Přípomínka:	Reakce Úřadu na připomínku
	<p>období. V tomto ohledu Komise nezpochybňuje možnost, či dokonce užitečnost posouzení trhu v polovině období, zejména z důvodu rychle se měnícího tržního prostředí, ale domnívá se, že oznámený návrh opatření ČTÚ by měl být již v této fázi založen na analýze zaměřené do budoucna, jak požaduje čl. 67 odst. 2 kodexu. V pracovním dokumentu útvarů Komise připojeném k doporučení o relevantních trzích z roku 2020 Komise uvedla: „Jelikož regulace ex ante řeší nedostatek účinné hospodářské soutěže, který bude dle očekávání přetrvávat v časovém horizontu v souladu s trváním období přezkumu, musí být analýza trhu provedená národním regulačním orgánem zaměřena do budoucna.“ Navíc „tendence k účinné hospodářské soutěži nutně neznamená, že trh dosáhne v období přezkumu stavu účinné hospodářské soutěže. Jednoduše to znamená, že v tomto období existují jasné důkazy o dynamice trhu, což naznačuje, že stavu účinné hospodářské soutěže bude dosaženo v dohledné budoucnosti bez regulace ex ante na dotčeném trhu.“</p>	<p>do konce roku 2024 nezmění a bude se dále zhoršovat Bez ohledu na skutečnost, že Úřad provedl analýzu se zaměřením do budoucna, dospěl na základě analýzy trhu k časovému vymezení trhu do konce roku 2024 (viz např. kapitola C.8 či časové vymezení relevantního trhu), a pro toto období také navrhuje stanovit nápravná opatření.</p>
Bod 79	<p>Komise nezpochybňuje, že překážky vstupu na mobilní trh (první kritérium) jsou pro nové subjekty vstupující na trh s cílem stát se provozovateli infrastruktury a poskytovateli velkoobchodních služeb obvykle vysoké. Zájemcům o přístup jsou však na českém trhu k dispozici regulované možnosti přístupu. Společnost O2 je za podmínek aukce 5G v roce 2020 povinna poskytovat přístup k vnitrostátnímu roamingu ve svých sítích nejen společnosti CentroNet (nový subjekt na trhu mobilních služeb a jeden z vítězů aukce 5G), ale také společnosti Nordic Telecom (která získala 20 MHz spektra v aukci 5G nad rámec 80 MHz již získaných v aukci v roce 2017) a společnosti PODA (jako vítězi aukce 3,6–3,8 GHz v roce 2017). Komise chápe, že k tomu, aby zájemci o přístup měli nárok na regulovaný vnitrostátní roaming, musí prokázat, že u služeb 5G dosáhli pokrytí 10 % populace, k čemuž se přidává podmínka dostupnosti služeb vymezená jako 500 základnových stanic. Komise má za to, jak již bylo uvedeno v dopise s vážnými pochybnostmi, že dva noví účastníci na trhu (Nordic Telecom a PODA) buď již požadovaného počtu základnových stanic dosáhli, nebo se mu blíží.</p>	<p>Úřad souhlasí s tím, že existuje regulovaný přístup k národnímu roamingu, který však nebude mít vliv na situaci na trhu dle odhadu Úřad dříve než v roce 2025, jak Úřad dovozuje níže v kapitole č. C.8.</p>
Bod 80	<p>Navíc povinnost poskytnout přístup ke spektru O2 na základě nákladově orientovaných podmínek je platná do roku 2029, takže se Komise domnívá, že v zájmu zájemců o přístup je vstoupit na trh co nejrychleji, aby pokryli své náklady a využili této regulace po delší období, což by mělo umožnit replikovatelnost stávajících nabídek mobilních služeb. ČTÚ má navíc k dispozici nezbytné právní nástroje k prosazování této již existující regulační povinnosti. Dále ČTÚ ve své odpovědi na žádost o informace potvrdil, že závazek poskytování národního roamingu stanoví, že společnost O2 nesmí zakázat</p>	<p>Úřad odkazuje na odpověď výše, kdy dospěl k závěru, že národní roaming nebude mít vliv na situaci na trhu dříve než v roce 2025.</p>

Bod	Přípomínka:	Reakce Úřadu na připomínku
	oprávněným uchazečům poskytovat velkoobchodní služby ³⁴ .	
Bod 81	Komise bere na vědomí stanovisko ČTÚ vyjádřené v oznámení a odpovědích na žádosti o informace, že potenciálně oprávnění zájemci o přístup nejsou v současné době schopni vstoupit na trh a jejich vstup na trh se očekává v roce 2026 nebo dokonce později. ČTÚ však tento závěr nepodkládá žádnými přesvědčivými důkazy. Komise zároveň podotýká, že to byl sám ČTÚ, kdo uložil společnosti O2 závazek poskytnout přístup k síti na období do roku 2029. Komise předpokládá, že časový rámec závazku uloženého společnosti O2 poskytnout přístup je založen na zásadě proporcionality, aby zájemcům o přístup bylo umožněno vstoupit na trh dostatečně brzy, aby mohli využívat regulované služby po řadu let a aby mohli poskytovat služby, zatímco zavádějí své sítě. Podle vyjádření společnosti O2 lze vnitrostátní roaming pro Nordic Telecom skutečně poskytnout již v roce 2022.	Úřad částečně akceptoval připomínky Komise a zkrátil na základě doplňující analýzy, průzkumu trhu a technické analýzy horizont a věcné vymezení trhu. Úřad tuto analýzu dokládá konkrétními důkazy uvedenými v kapitole C.8.
83	Dlouhé období pro vstup na trh, jak popisuje ČTÚ, navíc neodráží zkušenosti se vstupem čtvrtého operátora na trh v jiných členských státech. Vstup čtvrtého operátora na trh na Slovensku (který jako příklad uvádí sám ČTÚ) prokazuje, že nový operátor může začít soutěžit se zavedeným operátorem během několika let. K podobnému urychlenému vstupu došlo v Polsku (Play), Francii (Iliad) a Itálii (Iliad).	Časový horizont „několika let“, během kterých nově vstupující operátor může začít soutěžit se zavedenými operátory odpovídá časovému horizontu, na který se stanoví tato regulace, tj. do konce roku 2024. Úřad v tomto bodě není v rozporu s připomínkou Komise.
84	Povinnost uložená všem držitelům spektra 5G poskytnout MVNO přístup za účelem poskytování mobilních datových služeb by měla dále snížit překážky vstupu na maloobchodní trh. Tuto povinnost by měli poskytovatelé mobilních sítí splnit do poloviny roku 2022, ale již v této fázi Komise podotýká, že společnost T-Mobile ve své veřejně dostupné referenční nabídce otevírá možnost „poskytovat svým účastníkům jakékoliv další služby elektronických komunikací, které nejsou předmětem této Smlouvy a které je smluvní strana oprávněna poskytovat na základě svého osvědčení“.	Jak Úřad uvádí v kapitole č. 5.3, uvedené regulované velkoobchodní nabídky se týkají jen datových služeb a nejsou proto schopné zajistit požadovaný efekt na analyzovaném trhu. Pro případ, z pohledu Úřadu, čistě teoretické možnosti tyto nabídky zkombinovat s jinými velkoobchodními produkty pro hlas a SMS na 1 zákaznickou SIM, Úřad v kapitole 5.3 provedl analýzu replikovatelnosti a dospěl k závěru, že zveřejněná nabídka společnosti T-Mobile by, v případě čistě teoretické kombinace s komerčními velkoobchodními dohodami zásadně nezlepšila nízkou replikovatelnost nabídek MNO pro střední a větší MVNO a pro menší MVNO by ji dokonce ještě zhoršila. Úřad zároveň provádí kontrolu plnění povinnosti zveřejnit velkoobchodní nabídky z 5G aukce. Tyto závazky však nejsou způsobilé nahradit předkládanou regulaci z důvodů popsaných v kapitole č. 5.3.
85	Dále na základě informací ze strany ČTÚ existují jasné důkazy o přítomnosti MVNO na trhu a o tom, že vstup na maloobchodní trh je stále možný a dochází k němu, byť potenciál pro růst může být omezený. Od roku 2014 poskytuje mobilní služby 68 ze 133 v současnosti aktivních MVNO. V posledních pěti letech se počet MVNO pohyboval mezi 162 a 133. Každý rok vstupuje na trh několik nových MVNO a někteří MVNO trh opouštějí.	Jak je popsáno v kapitolách č. 2.2 a 3.1, Úřad nezpochybňuje formální možnost vstoupit na trh jako MVNO, ale tyto MVNO nemají možnost na trhu z důvodu významné tržní síly MNO získat jakékoliv relevantní postavení a vyvíjet na MNO konkurenční tlak – viz tržní podíl nezávislých MVNO, který dlouhodobě nepřesahuje 2 % (měřeno tržbami).

Bod	Přípomínka:	Reakce Úřadu na připomínku
	Komise má za to, že všichni tito virtuální operátoři vstoupili na trh na základě obchodních dohod.	Mezinárodní srovnání uvedené v kapitole 2.2 také dokládají, že v ČR mají MVNO výrazně nižší tržní podíl, než na konkurenčně vyspělých trzích. Vstup nezávislých MVNO na trhu hodnotí proto Úřad jako neefektivní z důvodů zejména bariéry nereplikovatelnosti maloobchodních nabídek MNO ze strany MVNO.
86	Komise uznává, že MVNO, kteří v současné době působí na trhu, čelí problémům s replikací maloobchodních nabídek operátorů mobilních sítí. Výše uvedená již existující regulace založená na licencích k využívání spektra by však měla na jedné straně posílit hospodářskou soutěž na velkoobchodní úrovni a na druhé straně poskytnout zájemcům o přístup příležitosti k poskytování služeb vysokorychlostního přístupu k internetu ve stejném rozsahu, v jakém tyto služby poskytuje příslušný držitel přidělu v pásmu 700 MHz.	Jak Úřad popisuje výše a dále v analýze, regulovaný národní roaming, na který se v této připomínce odkazuje Komise, nelze očekávat dříve než v roce 2025. Do té doby je nutné zavést ex ante regulaci. Viz také vypořádání bodu 84.
87	Důkazy předložené v návrhu opatření tedy nepodporují závěr, že první kritérium je splněno.	Viz výše. Ke konkrétním důkazům Úřad odkazuje zejména na kapitolu č. C.8 k očekávání uplatnění národního roamingu.
K druhému kritériu 3K testu		
88	Pokud jde o druhé kritérium (tendenci k účinné hospodářské soutěži), Komise (stejně jako BEREC) uznává existenci problémů v oblasti hospodářské soutěže na českém mobilním trhu. Na maloobchodní úrovni stále existuje prostor pro větší konkurenceschopnost, jelikož stanovené ceny zůstávají nad průměrem EU. Ani MVNO nemohou účastníkům nabízet konkurenceschopné ceny z důvodu zatěžujících podmínek na velkoobchodní úrovni. Komise však konstatuje, že některé velkoobchodní a maloobchodní ceny se v posledních letech snížily. Navíc, jak je uvedeno výše, tendence k účinné hospodářské soutěži nutně neznamena, že trh dosáhne stavu účinné hospodářské soutěže během období přezkumu. Závazky poskytnout přístup uložené v rámci licencí k využívání spektra by měly otevřít trh novému účastníku / novým účastníkům na trhu s ambicí stát se čtvrtým operátorem mobilní sítě. Kromě toho by regulovaný přístup k mobilním datům měl stávajícím MVNO pomoci aktualizovat jejich nabídky.	Ačkoliv si je Úřad vědom snižujících se cen na maloobchodním trhu, tento trend je oproti ostatním členským státům EU výrazně pomalejší, což znamená, že se v relativním měřítku postavení ČR nezlepšuje, nebo dokonce zhoršuje. Jak Úřad dokládá v kapitole C.7 a také 3.2, trend vývoje v ČR nesměruje k účinné soutěži, ale naopak míra hospodářské soutěže se trvale snižuje.
89	Komise se proto domnívá, že ČTÚ nedostatečně zohlednil význam stávající regulace, která může během tohoto období přezkumu trhu zlepšit situaci v oblasti hospodářské soutěže na trhu.	Úřad zde odkazuje na vyhodnocení stávající regulace a její očekávaný dopad na trh nikoliv dříve než v roce 2025 výše.
K třetímu kritériu 3K testu		
90	V neposlední řadě s ohledem na skutečnost, že první a druhé kritérium nejsou splněny, Komise sice trvá na svých obavách vyjádřených v dopise s vážnými pochybnostmi, avšak otázku, zda je třetí kritérium splněno, nechává otevřenou. Ačkoli	Úřad trvá na svém stanovisku, že uplatňování práva hospodářské soutěže samo o sobě dostatečně nezajistí odstranění zjištěných tržních selhání. Tento závěr výslovně podpořil také

Bod	Přípomínka:	Reakce Úřadu na připomínku
	se Komise nedomnívá, že navrhovaná regulace je přiměřená, uznává, že regulační zásah ČTÚ ve formě podmínek licence na využívání spektra by měl hrát klíčovou roli při zajištění, že v České republice dojde ke zlepšení tržních podmínek.	český Úřad pro ochranu pro hospodářskou soutěž.
K transparentnosti trhu		
94	Při analýze argumentů ČTÚ týkajících se strategie stanovování maloobchodních cen Komise trvá na svém stanovisku, že maloobchodní ceny lze skutečně obtížně sledovat. V tomto ohledu Komise nesdílí stanovisko sdružení BEREK. Zaprvé, v minulých letech hrál na trhu významnou úlohu velký počet nabídek slev a umožnil maloobchodním zákazníkům těžit z nižších cen. ČTÚ nyní pozoruje, že dva ze tří zavedených operátorů mobilních sítí výrazně snížili počet individuálních nabídek slev a uplatňují veřejné ceníky. Pokud však třetí operátor stále obecně uplatňuje strategii udržení si svých zákazníků tím, že nabízí nižší cílené nabídky, musí být zpochybněna transparentnost trhu, jakož i koluzní jednání tří operátorů mobilních sítí.	Úřad trvá na tom, že neveřejné nabídky nehrají na trhu roli a jejich počet se výrazně snižuje. To je popsáno v kapitole č. 5.1.
95	ČTÚ tvrdí, že cílem retenčních cen je udržet si stávající zákazníky, a nikoli získávat nové (jelikož noví potenciální zákazníci tyto ceny nevidí). Komise to nezpochybnuje. Tato odlišná cenová strategie jednoho ze tří operátorů mobilních sítí však naznačuje, že i) jeden operátor uplatňuje cenovou strategii odlišnou od jakékoli údajného společného způsobu chování na trhu a ii) chování tohoto operátora ukazuje, že nemůže jednat nezávisle na svých vlastních koncových uživateli, neboť je potřebuje přilákat novými nabídkami, aby s nimi udržel smluvní vztah. Obě výše uvedené zjištění jsou v rozporu se zjištěním společné významné tržní síly.	Viz výše a dále v detailu v kapitole č. 5.1. Úřad dále uvádí, že počet neveřejných nabídek je natolik nízký a z pohledu celkového trhu zanedbatelný, že se nejedná o odlišnou cenovou strategii jednoho z operátorů, která by dokazovala, že na trhu nedochází k tacitní koluzi.
K udržitelnosti tiché koordinace		
96 a 97	<p>Je nezbytné, aby stav tiché koordinace bylo možné po nějakou dobu zachovat, to znamená, že musí existovat motivace neodchýlit se od společného způsobu chování na trhu. Tento aspekt je třeba analyzovat z historického hlediska, ale také s ohledem na výhledovou analýzu. Tato výhledová analýza musí vzít v úvahu očekávaný nebo předvídatelný vývoj na trhu v období do příštího přezkumu s cílem zjistit, zda je pravděpodobným výsledkem trhu tacitní koluze.</p> <p>V této souvislosti Komise poukazuje na regulační povinnosti uložené společnosti O2 (jako součást podmínek spektra) spočívající v poskytování přístupu k vnitrostátnímu roamingu novým účastníkům, držitelům spektra 5G. Komise bere na vědomí názor ČTÚ, že regulovaný přístup v rámci licence na využívání spektra nebude během tohoto přezkumu trhu udělen. Toto stanovisko však není podloženo žádnými přesvědčivými důkazy. Kromě toho se Komise</p>	<p>Viz výše k očekávání efektu národního roamingu na trhu až v roce 2025 a také kapitola C.7 (test tacitní koluze prostřednictvím teorie her) a popis odvetných mechanismu v kapitole 5.2.</p> <p>MNO jsou motivováni setrvávat v tacitní koluzi na základě finanční motivace a zároveň existuje funkční odvetný mechanismus, který by byl aplikován v případě odchýlení se MNO od společné strategie.</p>

Bod	Přípomínka:	Reakce Úřadu na připomínku
	během svého šetření dozvěděla, že společnosti O2 a Nordic Telecom, aniž by čekaly na splnění kritérií způsobilosti, ve skutečnosti pokračují ve vyjednávání a že vstup na trh je možný ještě letos. Společnost O2 ve svém podání Komisi potvrdila, že jednání se společností Nordic Telecom pokročila do další fáze a v současné době projednávají návrh smlouvy o vnitrostátním roamingu. I když společnost Nordic Telecom podmínky pro povinné poskytnutí vnitrostátního roamingu pravděpodobně nesplní před rokem 2023, společnost O2 na základě probíhajících obchodních jednání odhaduje, že v průběhu roku 2022 poskytne přístup k vnitrostátnímu roamingu ve své mobilní síti. V hypotetické situaci, kterou ČTÚ zmiňuje a v níž by navzdory splnění kritérií způsobilosti nebyl takový přístup poskytnut, má ČTÚ, jak sám připustil, příslušné právní nástroje k zajištění souladu společnosti O2 s těmito regulačními povinnostmi.	
98	Skutečnost, že společnost O2 čelí nejen tlaku konkurenčního trhu, ale musí rovněž dodržovat regulační povinnosti, vytváří značnou asymetrii na trhu, neboť subjekty na oligopolním trhu již nejsou ve stejném postavení, aby jednaly nezávisle na svých konkurentech. Jak zdůraznilo sdružení BEREC, společnost O2 musí splnit regulační povinnosti a nebude moci jednat nezávisle na operátorech, kteří mohou požádat o regulovaný vnitrostátní roaming na základě nákladově orientovaných cen.	Viz výše k očekávání efektu národního roamingu na trhu až v roce 2025. Do této doby nebude postavení O2 odlišné od postavení ostatních MNO. K tomu Úřad dále uvádí, že skutečnost, že společnost O2 si dobrovolně vydražila blok spojený s povinností národního roamingu nemá vliv na to, že existuje společná strategie MVNO na velkoobchodní trhu nepustit takovým způsobem, aby byli schopni konkurovat na maloobchodním trhu MNO.
99	Totéž platí pro povinnost uloženou všem držitelům spektra 5G poskytnout MVNO přístup za účelem poskytování mobilních datových služeb. Tuto povinnost by měli operátoři mobilních sítí splnit do poloviny roku 2022. Komise souhlasí s ČTÚ, že regulované nabídky, které umožňují zájemcům o přístup poskytovat pouze internetové služby, by měly být považovány za doplněk mobilních služeb, které obvykle sestávají z balíčků produktů zahrnujících též hlasové a SMS služby. Komise znovu opakuje, že v této fázi však nelze vyloučit, že by datové nabídky založené na 5G (poskytované za regulovaných podmínek) mohly být spojeny s obchodními dohodami MVNO, které se vztahují na jiné služby (např. hlasové služby a SMS). To by mohlo zvýšit atraktivitu nabídek MVNO. Taková možnost existuje v nedávno zveřejněné referenční nabídce společnosti T-Mobile. Tento operátor zveřejnil svoji nabídku přibližně půl roku před zákonnou lhůtou a dříve než jeho konkurenti. Komise poznamenává, že ČTÚ se rozhodl nečekat na splnění těchto povinností a jejich dopad na trh.	Viz analýza zveřejněné nabídky T-Mobile v kapitole 5.3 a vypořádání bodu 84. Na trhu neexistuje situace, kdy by MNO poskytli MVNO velkoobchodní přístup k datům za regulovanou cenu na základě zákazu stlačování marží, a zároveň k těmto datům poskytl další velkoobchodní služby (hlas a SMS) za ceny, které by MVNO umožnily replikovat nabídky MNO.
100	Navíc mezi třemi operátory mobilní sítě obecně existuje značná asymetrie, zejména mezi společnostmi T-Mobile a O2 na jedné straně a společností Vodafone na straně druhé. Pokud jde o tržní podíly, společnosti T-Mobile a O2 mají podíly na maloobchodním trhu vyšší než 30 %, zatímco Vodafone je menší, s podíly na trhu	Maloobchodní tržní podíly síťových operátorů jsou v čase prakticky neměnné. Jedná se o důsledek tržních charakteristik, K symetrii viz také kapitola C.7.

Bod	Přípomínka:	Reakce Úřadu na připomínku
	<p>nižšími než 25 %. Tato asymetrie je ještě značnější na velkoobchodní úrovni, kde má Vodafone největší tržní podíl (přibližně 46 %), zatímco O2 má přibližně 36 % a T-Mobile 17 %. Tuto asymetrii dále podtrhují různé struktury nákladů tří operátorů mobilních sítí (zejména společnosti Vodafone, která na rozdíl od společností T-Mobile a O2/CETIN není součástí dohody o sdílení sítí, přičemž působí na velkoobchodním trhu).</p>	
K odvetnému mechanismu		
101	<p>ČTÚ se domnívá, že k odvetným opatřením v tomto případě může dojít na maloobchodní i velkoobchodní úrovni. Vysvětluje, že neodchylující se operátoři mobilních sítí by reagovali snížením svých vlastních cen na maloobchodní úrovni. Pokud by zavedení operátoři vstoupili do cenové války, zůstaly by podíly na trhu stejné (přestože ani toto není jisté), ovšem při nižších cenách a ziskovosti. Vzhledem k tomu, že tento výsledek by snížil úroveň ziskovosti operátorů mobilních sítí, ČTÚ tvrdí, že odvetný mechanismus na maloobchodní úrovni představuje věrohodnou motivaci neodchylovat se od společného způsobu chování. ČTÚ uvádí několik příkladů cenové konkurence mezi operátory mobilních sítí a tvrdí, že z nich vyplývá, že možné odchýlení se od společné strategie může být ihned trestáno okamžitou reakcí ostatních subjektů. Komise však konstatuje, že ČTÚ neposkytl žádné důkazy o tom, že by toto snížení cen bylo jakýmkoli způsobem odvetné a že se nejedná o standardní prvek hospodářské soutěže na trhu. Co se týká nutnosti uplatnit sankce, Tribunál objasnil, že pouhá existence účinného odrazujícího mechanismu v zásadě postačuje, jelikož přizpůsobí-li se členové oligopolu společné politice, není třeba uplatnit sankce. Nejúčinnější odrazující prostředek je takový prostředek, který nemusí být použit³⁸. V daném případě však Komise na základě důkazů³⁹ poskytnutých ČTÚ dospěla k závěru, že ke snížením maloobchodních cen, obvykle iniciovaným jedním operátorem, přistoupí i ostatní a výsledkem jsou celkově nižší maloobchodní ceny na trhu. Pokud by operátor mobilní sítě byl schopen jednat nezávisle na svých konkurentech a zákaznících, po období poklesů cen odvetné povahy by se ceny vrátily na původní úroveň nebo se jim přiblížily. K tomu však nedošlo. Uvedená snížení cen proto nelze považovat za účinný odvetný mechanismus, neboť nevedou ke změnám cen, které by netrvaly dlouho (jakmile trest dosáhne účinku, měly by se ceny vrátit na vyšší úroveň), ale přistoupí k nim i ostatní subjekty na trhu a nejsou zrušena. To ukazuje na neúčinnost takového odvetného mechanismu a zpochybňuje jeho existenci.</p>	<p>K odvetnému mechanismu viz doplnění argumentace teorií her v kapitole C.7. Úřad rozšířil svou argumentaci také v aspektu odvetného mechanismu v kapitole 5.2.</p>
102	<p>Komise dále poznamenává, že ačkoli nelze vyloučit, že k takovému odvetnému jednání může dojít, je obtížné vyvodit jasný závěr ohledně budoucího chování tří zavedených mobilních</p>	<p>K odvetnému mechanismu viz doplnění argumentace teorií her v kapitole C.7 a č. 5.2.</p>

Bod	Přípomínka:	Reakce Úřadu na připomínku
	operátorů. Komise se dále domnívá, že ČTÚ dostatečně nezhodnotil, zda reakce ze strany operátorů mobilních sítí na maloobchodním trhu spočívající ve snížení jejich maloobchodních cen v reakci na případné lepší velkoobchodní dohody jednoho nebo více MVNO je uvěřitelná. Údajná odvetná opatření ve formě snížení cen by měla závažné negativní účinky na operátory mobilních sítí a vedla k nižší ziskovosti a omezenému nárůstu podílu na maloobchodním trhu (pokud by ostatní operátoři mobilních sítí své strategie skutečně upravili).	
103	V neposlední řadě, pokud se ČTÚ rozhodne vymáhat povinnosti vyplývající z licence na využívání spektra, bude společnost O2 nucena poskytnout přístup na základě regulovaných cen nezávisle na možných odvetných opatřeních, kterým by musela čelit. Prosazování vnitrostátního roamingu ve prospěch operátora, který již má vlastní infrastrukturu a spektrum, může skutečně změnit dynamiku na trhu. Tento operátor by byl schopen vyvinout tlak na členy oligopolu jak na maloobchodní úrovni (jako „nekonformní“ operátor), tak na velkoobchodní úrovni jako čtvrtý poskytovatel přístupu MVNO. Sdružení BEREC souhlasí s Komisí, že regulační povinnosti uložené společnosti O2 (v rámci aukce spektra v roce 2020) zajišťují, že chování společnosti O2 musí být natolik odlišné od ostatních operátorů mobilních sítí, že vyvstávají pochybnosti o tom, zda by takové chování tacitní koluze mohlo během období přezkumu trhu existovat.	K vymáhání existující regulační povinnosti národního roamingu Úřad odkazuje na zejména na vyjádření k připomínkám Komise k prvnímu kritériu tzv. testu 3 kritérií, zejména s ohledem na očekávaný efekt národního roamingu až v roce 2025.

334 C.1 Východiska pro regulaci – stav na českém mobilním trhu

335 Ceny mobilních služeb v České republice jsou nadále podle srovnání Evropské komise
336 nejvyšší v celé Evropské unii. Jedná se o dlouhodobý trend poslední dekády, kdy ceny
337 mobilních služeb, zejména pak ceny mobilních dat, patří dlouhodobě mezi nejdražší v Evropě.
338 Kromě Evropské komise vysoké ceny mobilních služeb v ČR konzistentně uvádí ve svých
339 analýzách také společnost Strategy Analytics (Teligen Tariff & Benchmarking), a to včetně
340 poslední analýzy z konce roku 2021, kde došlo oproti roku 2020 ke zhoršení pozice ČR.
341 Zejména v oblasti tarifů s většími objemy dat je ČR nadále hodnocena jako země s nejhorší
342 situací (pozicí) v rámci EU¹¹.

343 Ceny za mobilní data nabízené třemi hlavními síťovými operátory na velkoobchodním
344 trhu jsou více než 2x vyšší¹² než již velmi vysoké maloobchodní ceny. V oblasti průměrné
345 velkoobchodní ceny dat tedy došlo za 1. půlrok 2021 oproti roku 2020 ke zhoršení již tak
346 závažné situace: cena zůstala zachována a průměrná maloobchodní cena dat mezi rokem
347 2020 a 1. polovinou roku 2021 klesla. Znamená to oproti roku 2020 ještě intenzivnější
348 vytlačování MVNO z maloobchodního trhu ze strany stávajících tří mobilních operátorů. Ze
349 strany MVNO nelze v současnosti replikovat až 84 % produktů MNO, co představuje zhoršení

¹¹ Zdroj: Studie EK „Mobile and Fixed Broadband Prices in Europe 2020“, publikováno v 2021

¹² Zdroj: ESD ČTÚ za 1. půlrok 2021

350 situace oproti předchozí analýze relevantního trhu, kterou ČTÚ realizoval v roce 2021, a kdy
351 míra nereplikovatelnosti nabídek MNO představovala 82 %.

352 ČTÚ se již v minulosti snažil v rámci svých kompetencí daných Zákonem zlepšit
353 soutěžní prostředí na mobilním trhu s využitím jiných regulačních prostředků. Zejména
354 zvýšením počtu síťových operátorů (MNO) na mobilním trhu v ČR, a to stanovením podmínek
355 pro nový vstup v rámci výběrových řízení na přiděly kmitočtů pro provozování mobilních sítí.
356 V uplynulém období došlo i k několika změnám v legislativě umožňující rychlejší přechod mezi
357 poskytovateli služeb, a to včetně eliminace nákladů na přechod pro spotřebitele. ČTÚ zároveň
358 v rámci svěřené působnosti působil jako mediátor v jednáních mezi MNO a MVNO a vydal i
359 odpovídající stanoviska. Přesto nebylo dosaženo odpovídající úrovně konkurence na trhu,
360 zejména pak v cenové hladině porovnatelné s hodnotami dosahovanými v rámci efektivních
361 soutěžních trhů v rámci EU, tak jak dokumentuje ČTÚ v rámci předkládané analýzy níže v části
362 C.3.

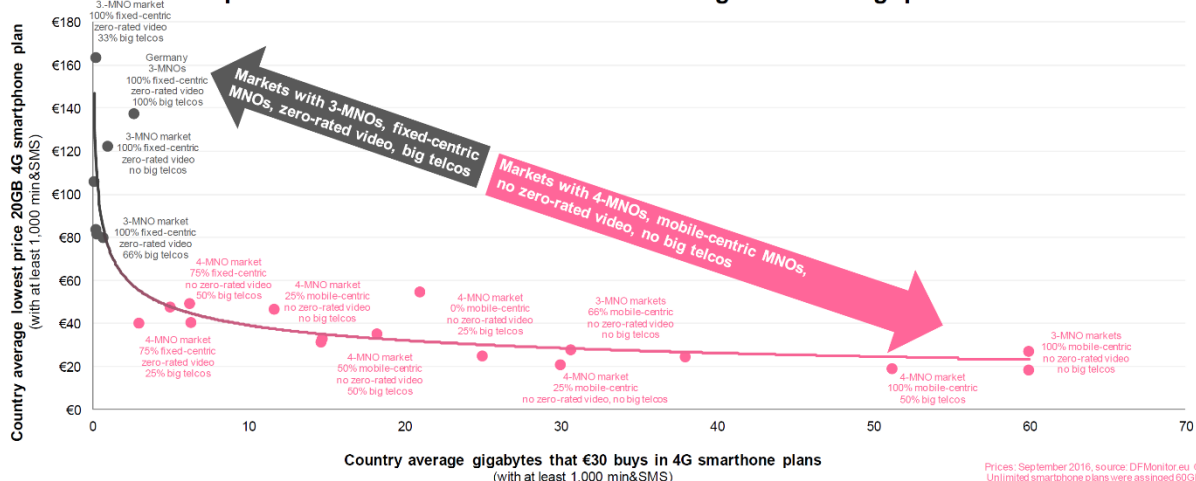
363 Neuspokojivou situaci a vývoj na mobilním trhu v ČR dále umocnila situace, kdy v roce
364 2021 T-Mobile vypověděl velkoobchodní smlouvy velké části MVNO ve své síti. Na
365 velkoobchodním trhu tedy existuje nejistota smluvních vztahů mezi MNO a MVNO. Není
366 vyloučeno, že se podobná situace může kdykoliv opakovat, mj. protože velkoobchodní
367 smlouvy běžně obsahují právo MNO bez udání důvodů smlouvy v poměrně krátké tříměsíční
368 době vypovědět. Riziko nejistoty a nestability velkoobchodního trhu, zejména s ohledem na
369 možnost vytlačení MVNO, je dáno také tím, že v případě ukončení velkoobchodní smlouvy by
370 vyjednávání o jakékoliv nové smlouvě, ať už u stejného či jiného MNO, bylo složité
371 a zdlouhavé, jak vyplývá mj. ze zkušeností ČTÚ z roku 2021, kdy mnohé T-Mobilem
372 vypovězené smlouvy trvalo obnovit dlouhé měsíce. I přes toto obnovení smluv nicméně ukázal
373 tento postup T-Mobile na existenci potenciálního problému ukončování smluv a odmítání
374 přístupu i do budoucna.

375 ČTÚ není jediný, kdo situaci na mobilním trhu v ČR hodnotí negativně. Společnost
376 Rewheel Research ve své analýze „The Greek mobile market is the most expensive market in
377 EU“¹³ z roku 2021 uvádí ČR jako jeden z příkladů nekompetitivního oligopolního trhu¹⁴ a trhu
378 s konzistentně nejvyššími cenami. Společnost také analyzovala faktory, které mají dopad na
379 zhoršení konkurence na trhu a jsou škodlivé pro konzumenty. ČR většinu těchto faktorů
380 splňuje – např. přítomnost 3 MNO s významným portfoliem fixních telekomunikačních služeb.

¹³ Zdroj: https://research.rewheel.fi/downloads/The_3-MNO_Greek_market_is_the_most_expensive_market_in_EU_PUBLIC_VERSION.pdf

¹⁴ I když je původní analýza postavená na datech z roku 2016, uvádí ji společnost Rewheel také v analýze z roku 2021. Oproti roku 2016 v ČR nedošlo k zlepšení míry konkurence na trhu (spíše k zhoršení), proto je možné považovat hodnocení ČR za stále relevantní.

Factors that give rise to unilateral anti-competitive effects leading to non-competitive outcomes and consumer harm in tight mobile oligopolies



381
382
383
384

Obrázek 1: Faktory vplyvajúci na mieru konkurencie na mobilnom trhu

Zdroj: Studie Rewheel Research (PUBLIC VERSION), 11/ 2021 - https://research.rewheel.fi/downloads/The_3-MNO_Greek_market_is_the_most_expensive_market_in_EU_PUBLIC_VERSION.pdf

2016

Index rank	Country	Index	Competition outcome	Oligopoly classification
100% (max)				
28	Germany	90%	Non-competitive	Tight oligopoly
27	Greece	83%	Non-competitive	Tight oligopoly
26	Portugal	80%	Non-competitive	Tight oligopoly
25	Hungary	80%	Non-competitive	Tight oligopoly
24	Slovak Republic	76%	Non-competitive	Tight oligopoly
23	Czech Republic	73%	Non-competitive	Tight oligopoly
22	Romania	71%	Non-competitive	Tight oligopoly
21	Malta	68%	Non-competitive	Tight oligopoly
20	Belgium	63%	Non-competitive	Tight oligopoly
19	Luxemburg	63%	Non-competitive	Tight oligopoly
18	Spain	63%	Non-competitive	Tight oligopoly
17	Cyprus	60%	Non-competitive	Tight oligopoly
59% Threshold				
16	Bulgaria	57%	Sub-competitive	Sub-competitive oligopoly
15	Croatia	56%	Sub-competitive	Sub-competitive oligopoly
14	Italy	56%	Sub-competitive	Sub-competitive oligopoly
13	Austria	53%	Sub-competitive	Sub-competitive oligopoly
12	Slovenia	50%	Sub-competitive	Sub-competitive oligopoly
11	Ireland	50%	Sub-competitive	Sub-competitive oligopoly
10	Netherlands	49%	Sub-competitive	Sub-competitive oligopoly
9	United Kingdom	47%	Sub-competitive	Sub-competitive oligopoly
8	France	45%	Sub-competitive	Sub-competitive oligopoly
43% Threshold				
7	Denmark	34%	Effective competition	Competitive oligopoly
6	Poland	34%	Effective competition	Competitive oligopoly
5	Sweden	28%	Effective competition	Competitive oligopoly
4	Estonia	17%	Effective competition	Competitive oligopoly
3	Lithuania	17%	Effective competition	Competitive oligopoly
2	Latvia	13%	Effective competition	Competitive oligopoly
1	Finland	13%	Effective competition	Competitive oligopoly
0% (min)				

385
386
387
388

Obrázek 2: Porovnání míry konkurencie na mobilních trzích v evropských zemích

Zdroj: Studie Rewheel Research (PUBLIC VERSION), 11/ 2021 - https://research.rewheel.fi/downloads/The_3-MNO_Greek_market_is_the_most_expensive_market_in_EU_PUBLIC_VERSION.pdf

389

Situace na mobilním trhu je tedy velmi vážná a nutně vyžaduje regulační zásah.

390 **C.2 Shrnutí současné situace, rozhodnutí Komise a stanoviska BEREC a přijetí**
391 **opatření**

392 ČTÚ v průběhu listopadu 2021 postupem dle čl. 32 Kodexu, resp. § 131 Zákona
393 předložil k evropské konzultaci návrh dlouhodobé ex ante regulace velkoobchodního
394 mobilního trhu. Komise k návrhu opatření vyslovila postupem dle čl. 32 odst. 4 Kodexu vážné
395 pochybnosti, které doručila ČTÚ dne 20. prosince 2021. K vážným pochybnostem přijal své
396 stanovisko BEREC, který se částečně s pochybnostmi Komise ztotožnil, částečně dal za
397 pravdu ČTÚ. Následně Komise dne 17. února 2022 vydala postupem dle čl. 32 odst. 6 písm.
398 a) Kodexu rozhodnutí, kterým uložila ČTÚ vzít návrh dlouhodobého opatření zpět.

399 Ve svém rozhodnutí o zpětvzetí návrhu opatření Komise nepodpořila návrh původního
400 opatření dlouhodobé ex ante regulace mobilního trhu, a to zejména s ohledem na očekávané
401 účinky závazku národního roamingu společnosti O2 převzatém v rámci výběrového řízení na
402 rádiové kmitočty v pásmu 700 MHz, který ve středně až dlouhodobém horizontu zvýší podle
403 závěrů Evropské komise míru efektivní hospodářské soutěže na tomto trhu. Zároveň Evropská
404 komise konstatovala, že vhodným postupem by mohlo být uplatnění paralelních regulačních
405 nástrojů, které by měly potenciál dosáhnout účinné hospodářské soutěže na trhu.¹⁵

406 Současně i evropské sdružení regulátorů BEREC, ačkoli se přiklonilo k některým
407 výhradám Evropské komise, ve svém stanovisku konstatovalo, že český velkoobchodní
408 i maloobchodní mobilní trh vykazuje závažné problémy hospodářské soutěže.¹⁶

409 ČTÚ se proto při doplnění analýzy relevantního trhu soustředil také na vypořádání
410 výhrad, které Evropská komise a BEREC ve svých stanoviscích vznesli.

411 V souvislosti s výše uvedenými Úřad pro rekapitulaci konstatuje následující:

412 1. Pozice ČR v mezinárodním porovnání maloobchodních cen se zhoršila.
413 Maloobchodní ceny mobilních služeb v ČR jsou nadále nejvyšší v EU. I když
414 ve střednědobém horizontu dochází k určitému poklesu maloobchodních cen, ceny
415 v jiných zemích EU klesají rychleji než v ČR. Tuto skutečnost potvrzují také
416 nejnovější data a analýzy Evropské komise.

¹⁵ Ve svém odůvodnění rozhodnutí ze dne 17.2.2022 podle čl. 32 odst. 6 směrnice (EU) 2018/1972 (Zpětvzetí oznámeného návrhu opatření) ve věci CZ/2021/2351: Velkoobchodní trh přístupu k mobilním službám, Evropská komise mimo jiné uvádí: „...Komise (stejně jako BEREC) uznává existenci problémů v oblasti hospodářské soutěže na českém mobilním trhu. Na maloobchodní úrovni stále existuje prostor pro větší konkurenceschopnost, jelikož stanovené ceny zůstávají nad průměrem EU. Ani MVNO nemohou účastníkům nabízet konkurenceschopné ceny z důvodu zatěžujících podmínek na velkoobchodní úrovni.“

Evropská komise také ve svém rozhodnutí uvádí: „Závazky poskytnout přístup uložené v rámci licencí k využívání spektra by měly otevřít trh novému účastníkovi / novým účastníkům na trhu s ambicí stát se čtvrtým operátorem mobilní sítě. Kromě toho by regulovaný přístup k mobilním datům měl stávajícím MVNO pomoci aktualizovat jejich nabídky.“

V další části svého rozhodnutí Evropská komise dále uvádí: „Zejména lze očekávat, že vstup nového mobilního operátora na trh, který by se rychle z MVNO stal MNO (na základě vnitrostátního roamingu poskytovaného společností O2 za nákladově orientovaných podmínek nebo v důsledku získaných práv na užívání spektra) a který by mohl rovněž poskytovat přístup MVNO, vytvoří další konkurenční tlak na maloobchodní i velkoobchodní úrovni a naruší jakoukoli potenciální tacitní koluzi.“

¹⁶ V stanovisku BEREC se např. uvádí: "BEREC is of the view that the data set provided by CTU, although not complete, shows that the mobile market at both the retail and wholesale level has serious competition problems."

A dále: "The „overall overall data lead to the conclusion that:

- There is significant market failure at the retail level with the prices established well above the EU average. MVNOs cannot offer competitive prices to subscribers due to the burdensome terms and conditions at the wholesale level.
- The competition in the wholesale market that would trigger competition at the downstream market is insufficient. The behavior of the three MNOs shows that they exercise their power in order to force the MVNOs to accept commercial agreements that do not allow them to compete with the MNOs on equal terms.
- Market shares are stable and give no indication of tendency towards competition in the near future."

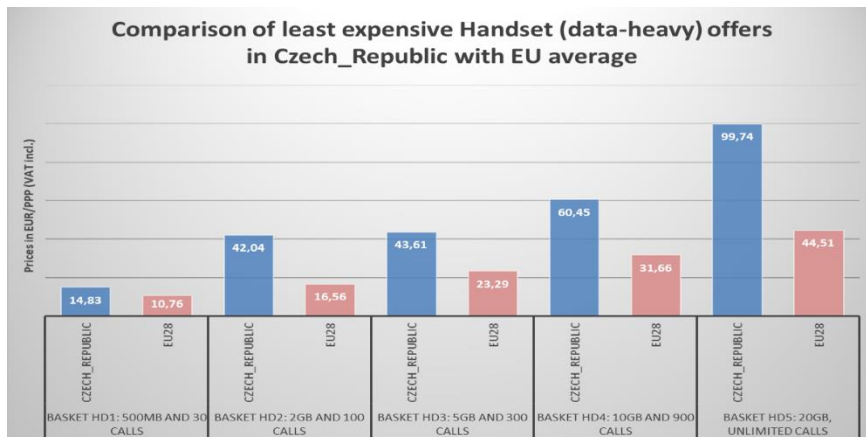
- 417 2. Pozice nezávislých MVNO na maloobchodním trhu se také nelepší, jejich tržní podíl
418 na trhu stagnuje. MVNO „nemohou účastníkům nabízet konkurenceschopné ceny“.
419 Důvodem jsou „zatěžující podmínky“ na velkoobchodním trhu. Velkoobchodní trh
420 v ČR tedy nefunguje, jak má, tj. nevede k zajištění konkurenčních cen na
421 podřazeném maloobchodním trhu mobilních služeb. Zachování nezávislých MVNO
422 a samotného velkoobchodního trhu je ohroženo.
- 423 3. Na základě informací získaných od relevantních subjektů na trhu, a jejich
424 posouzení ze strany ČTÚ, se Úřad domnívá, že závazek poskytnout přístup na
425 základě národního roamingu převzatý v rámci 5G aukce nebude naplněn dříve než
426 v roce 2025, pokud vůbec, čímž vzniká prodleva mezi aktuální nežádoucí situací,
427 jež vyžaduje naléhavé řešení, a účinností tohoto závazku. V současné době podle
428 názoru a analýzy ČTÚ neexistuje také dosud jistota vstupu nového celonárodního
429 MNO na maloobchodní a velkoobchodní trhy na základě využití komerčního (tj
430 neregulovaného) národního roamingu ani pro rok 2024 nebo později.
- 431 4. Regulovaný přístup k mobilním datům v síti 5G může MVNO pomoci aktualizovat
432 jejich nabídky jenom v limitované míře, vzhledem k limitovanému pokrytí 5G, nízké
433 penetraci kompatibilních mobilních telefonů, komplikovanosti až nemožnosti
434 kombinovat tuto velkoobchodní nabídku na jedné zákaznické SIM s jinými
435 velkoobchodními produkty pro hlas a SMS a, v neposlední řadě, také její finanční
436 nevýhodností, která dokonce zhoršuje již beztak zhoršenou replikovatelnost tarifů
437 MNO pro MVNO.
- 438 5. ČTÚ dosud neobdržel informaci, která by jednoznačně potvrdila zájem dalších 2
439 potenciálních nových síťových operátorů (kteří mají nárok na národní roaming v síti
440 společnosti O2) poskytovat přístup na velkoobchodním trhu pro MVNO a vytvořit
441 tak konkurenční tlak na velkoobchodní úrovni a narušit tacitní koluzi. Takové
442 poskytování služeb na velkoobchodní úrovni z jejich strany přitom není ani
443 vyžadováno v souvislosti s využitím nároku na národní roaming.
- 444 6. Velkoobchodní trh bude nadále nestabilní: může nadále docházet k odchodu
445 MVNO z trhu z důvodu nevýhodných velkoobchodních podmínek a
446 nereplikovatelnosti klíčových nabídek MNO na maloobchodním trhu.
- 447 7. Velkoobchodní ceny by se mohly nadále neproporčně vyvíjet v porovnání s
448 vývojem maloobchodních cen (např. zvyšovat jako tomu bylo při ceně dat v roce
449 2020 nebo snižovat významně pomaleji), přičemž maloobchodní ceny by nadále
450 klesaly, byť nedostatečným tempem oproti jiným zemím.
- 451 8. MVNO by byli nadále vytlačováni z trhu také prostřednictvím agresivní nabídky
452 balíčků mobilních služeb, pevného internetu a TV služeb MNO na maloobchodním
453 trhu, které nemohou MVNO, z důvodu nereplikovatelnosti mobilního komponentu
454 balíčku na maloobchodním trhu, úspěšně nabízet. Tím by docházelo k vytlačování
455 MVNO nejen z maloobchodního trhu mobilních služeb, ale také z trhu pevných
456 služeb.

457 C.3 Mezinárodní srovnání situace na maloobchodním trhu v ČR

458 Podle studie Evropské komise (dále jen „EK“) „Mobile Broadband Prices in Europe
459 2019“¹⁷ z 19. 9. 2020 byla cenová úroveň mobilních služeb na maloobchodním trhu v ČR vyšší
460 i o více jak 150 %. Vzhledem k neustále rostoucí poptávce a spotřebě mobilních datových

¹⁷ Zdroj: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/mobile-broadband-prices-europe-2019>

461 služeb¹⁸ a rostoucí důležitosti mobilních datových služeb při změně mobilního operátora v ČR,
 462 jsou tyto informace alarmující a podporují tezi nízké konkurence na trhu mobilních
 463 telekomunikačních služeb v ČR.

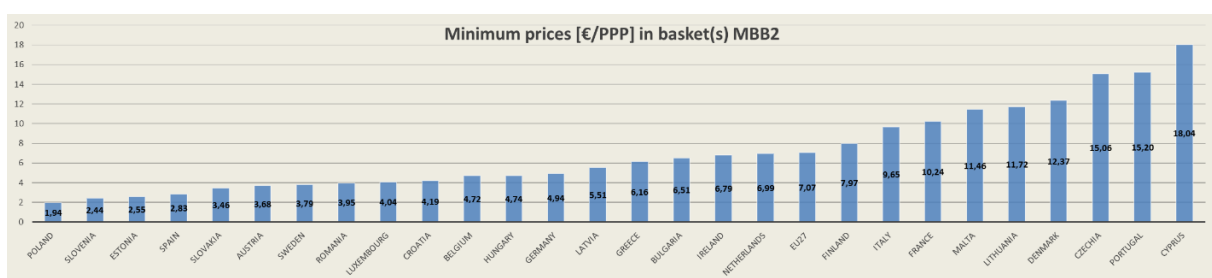


Obrázek 3: Porovnání cen služeb na maloobchodním trhu mobilních služeb v ČR vs. průměr EU
 Zdroj: Studie EK „Mobile Broadband Prices in Europe 2019, 19. 9. 2020

		Price in EUR/PPP (VAT included)	Difference with EU average
Basket HD1: 500MB and 30 calls	Czech_Republic	14,83	38%
	EU28	10,76	
Basket HD2: 2GB and 100 calls	Czech_Republic	42,04	154%
	EU28	16,56	
Basket HD3: 5GB and 300 calls	Czech_Republic	43,61	87%
	EU28	23,29	
Basket HD4: 10GB and 900 calls	Czech_Republic	60,45	91%
	EU28	31,66	
Basket HD5: 20GB, unlimited calls	Czech_Republic	99,74	124%
	EU28	44,51	

Obrázek 4: Cenové rozdíly služeb na maloobchodním trhu mobilních služeb v ČR vs. průměr EU
 Zdroj: Studie EK „Mobile Broadband Prices in Europe 2019, 19. 9. 2020

470 I podle aktualizované studie „Mobile and Fixed Broadband Prices in Europe 2020“ patří
 471 ČR mezi země s nejvyššími cenami mobilních služeb:

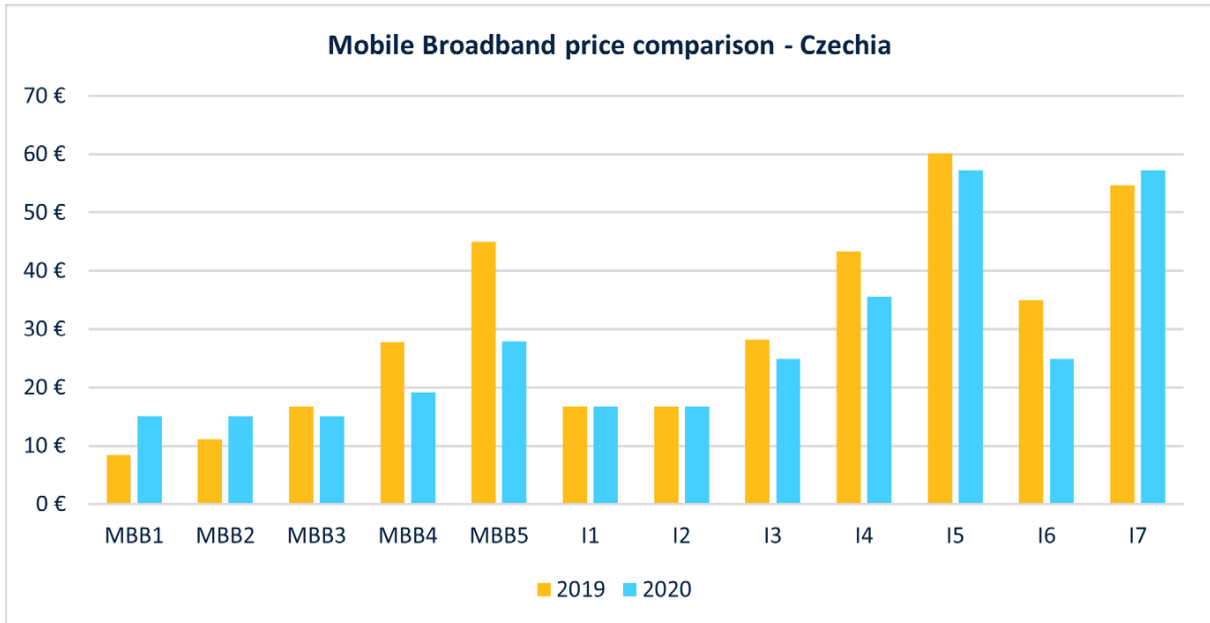


Obrázek 5: Cenové rozdíly služeb na maloobchodním trhu mobilních služeb v ČR a zemích EU
 Zdroj: Studie EK „Mobile and Fixed Broadband Prices in Europe 2020“, publikováno v 2021

475 Zjištění studie potvrzují data z předcházejících období a také závěry Úřadu ohledně
 476 zvýšení cen: „Prices for mobile broadband services in the Czechia show no clear trend
 477 compared to the previous year (2019). Prices for offers including 0.5 GB mobile data with no
 478 calls rose very strongly.“

¹⁸ Např. ve studii Digitální domácnost 2021 od KPMG: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/cz/pdf/file.pdf>.

479 Také v porovnání s jinými zeměmi EU neevduje nová studie zlepšení: „Compared to
 480 all EU27 countries, prices for mobile broadband in the Czechia are much higher than the EU
 481 average. No offers were found to be less expensive than the EU average.“



482
 483
 484
 Obrázek 6: Porovnání maloobchodního cenového vývoje v ČR mezi léty 2019 a 2020
 Zdroj: Studie EK „Mobile and Fixed Broadband Prices in Europe 2020“, publikováno v 2021

Prices in Czechia compared with EU average*

● 137%	● 113%	● 63%
● 60%	● 46%	● 82%
● 67%	● 86%	● 92%
● 107%	● 67%	● 108%

*deviation in percent from the EU average in the respective basket/bundle combination

485
 486
 487
 Obrázek 7: Porovnání maloobchodních cen mobilních služeb v ČR s průměrem EU
 Zdroj: Studie EK „Mobile and Fixed Broadband Prices in Europe 2020“, publikováno v 2021

Least Expensive Offers

Usage basket	Provider and offer	EUR/PPP	EU27 average
MBB1: 0.5 GB mobile data with no calls	T-Mobile Můj svobodný tarif 4 GB	15.06	6.35
MBB2: 1 GB mobile data with no calls	T-Mobile Můj svobodný tarif 4 GB	15.06	7.07
MBB3: 2 GB mobile data with no calls	T-Mobile Můj svobodný tarif 4 GB	15.06	9.23
MBB4: 5 GB mobile data with no calls	T-Mobile Můj svobodný tarif 4 GB	19.17	11.99
MBB5: 20 GB mobile data with no calls	Vodafone Wi-Fi síť na doma i na chatu	27.88	19.11
I1: 0.5 GB mobile data with 30 calls	o2 GO Data 3 GB	16.72	9.18
I2: 1 GB mobile data with 30 calls	o2 GO Data 3 GB	16.72	10.03
I3: 2 GB mobile data with 100 calls	o2 GO Data 5 GB	24.94	13.40
I4: 5 GB mobile data with 300 calls	Vodafone Red Basic a Dostatek dat 4GB	35.50	18.47
I5: 20 GB mobile data with 300 calls	Vodafone Red Standard a Dostatek dat 15GB	57.19	27.60
I6: 5 GB mobile data with 30 calls	o2 GO Data 5 GB	24.94	14.93
I7: 20 GB mobile data with 100 calls	Vodafone Red Standard a Dostatek dat 15GB	57.19	27.44

488
489
490

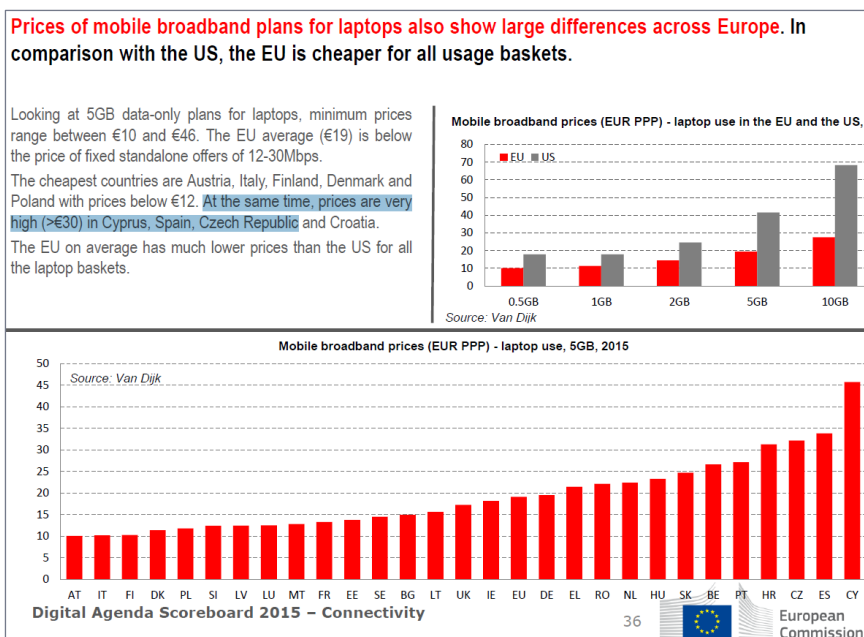
Obrázek 8: Porovnání nejlevnějších maloobchodních tarifů mobilních služeb v ČR s průměrem EU
Zdroj: Studie EK „Mobile and Fixed Broadband Prices in Europe 2020“, publikováno v 2021

491 Vysoké ceny mobilních služeb v ČR jsou systematicky zdokumentovány i následujícími
492 studiiemi:

- 493
- 494 • EU Digital Economy Scoreboard 2015¹⁹ (Evropská komise): v reportu „Connectivity – Broadband
495 market developments in the EU“ na str.36 ceny mobilního širokopásmového připojení a CZ zmiňuje
496 jako zemi s velmi vysokými cenami. V tzv. Implementační zprávě, v kapitole o ČR není kritika cen,
497 ale naopak naděje, že na trhu budou změny z důvodu vstupu MVNO. „In 2014 a significant
498 expansion of the MVNO market took place in the Czech Republic. Several new MVNOs came onto
499 the market, mainly service providers, while some have exited the market. MVNOs set up
500 arrangements with MNOs on a commercial basis, without regulatory intervention. There are
501 currently approximately 80 MVNOs or MVNEs. Licence conditions related to the spectrum for 4G
502 networks set the obligation to provide wholesale offers. It is estimated that MVNOs may represent
503 approximately 5 % of the mobile market. The entrance of MVNOs has contributed to the wider
504 choice of services for consumers and positively influenced the level of retail prices, together with
other factors such as decrease of MTRs or introduction of new attractive flat rates.“

¹⁹ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-agenda-scoreboard-2015-strengthening-european-digital-economy-and-society>

- 505 • EU Digital Economy Scoreboard 2016 – Telecom Factsheet²⁰: identifikován problém s výškou
506 maloobchodních cen v rámci tzv. „Consumer Issues“: „The average retail Eurotariff price for
507 roaming is 0,153EUR per minute of calls made and 0,043EUR per minute of calls received (with
508 alternative tariffs more expensive for both calls made and calls received), 0,056 per SMS, generally
509 close to EU average. However, 0,178 EUR per MB for data is well beyond the EU average (EU
510 0,059 EUR per MB). On the other hand, average retail price paid for alternative data tariffs per MB
511 was 0,058 EUR (close to EU average of 0,063) alternative tariffs“.
- 512 • EU DESI 2018 Telecom Chapter²¹: ČR má jednu z nejvyšších cen za mobilní broadband (mobilní
513 internet) v Evropské Unii (dále jen „EU“).
- 514 • EU DESI 2019 Telecom Chapter²²: Na stranách 5-6 je uvedeno, že ceny pro uživatele služeb
515 mobilních sítí jsou velmi vysoké, takřka dvojnásobné oproti průměru EU.
- 516 • EU DESI 2019 Connectivity Report²³: na straně 31 je opět zmíněno, že ceny v ČR jsou vysoké.
- 517 • EU DESI 2020 Telecom Chapter²⁴: na straně 4 je zmíněno, že ceny za mobilní služby zůstávají
518 nadále jedny z nejvyšších v EU.
- 519 • EU DESI 2020 Connectivity Report²⁵: na stranách 24-25 je zmíněno, že v CZ jsou nabídky
520 mobilních operátorů drahé.
- 521 • Index digitální ekonomiky a společnosti (DESI) 2021 Česko na straně 4: „Ceny širokopásmového
522 připojení jsou i nadále jedny z nejvyšších v EU.“
- 523



524
525

Obrázek 9: EU Digital Agenda Scoreboard 2015

²⁰ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/telecommunications-data-files-digital-scoreboard-2016>

²¹ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/desi-report-2018-telecoms-chapters>

²² <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi-telecoms>

²³ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi-telecoms>

²⁴ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi-telecoms>

²⁵ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi-telecoms>

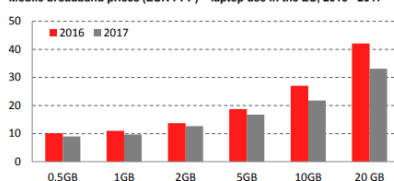
Prices of mobile broadband plans for laptops and tablets also show large differences across Europe. On average, prices have decreased for all types of consumption baskets since 2016, ranging between 8 % and 21 %.

Looking at 5GB data-only plans for laptops, minimum prices range between EUR 3.7 and EUR 42. The EU average (EUR 17) is below the price of fixed standalone offers of 12-30 Mbps.

The cheapest countries are Italy, Poland, Sweden, Latvia and Austria, with prices below EUR 10. At the same time, prices are very high in Cyprus (EUR 43).

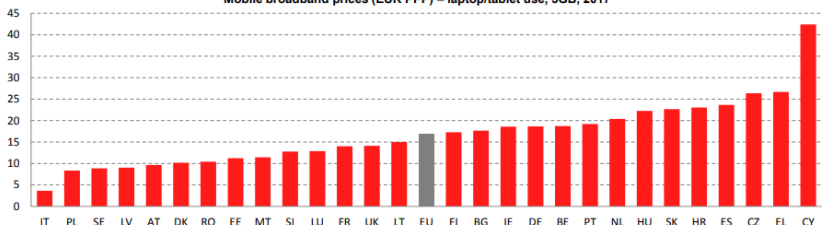
Laptop prices have decreased for all types of consumption baskets since 2016. The largest price drop is registered in the highest consumption basket (20 GB), with a 21 % decrease.

Mobile broadband prices (EUR PPP) – laptop use in the EU, 2016 - 2017



Source: Van Dijk and Empirica, 2016 and 2017

Mobile broadband prices (EUR PPP) – laptop/tablet use, 5GB, 2017



Source: Empirica, Mobile Broadband Prices study, February 2017

DESI Report 2018 – Connectivity

35



526
527

Obrázek 10: EU DESI 2018 Telecom Chapter

Růst v oblasti konektivity celkově zpomalil a klesl těsně pod úroveň průměru EU. Česko však téměř splnilo svůj cíl, pokud jde o plné pokrytí pevným širokopásmovým připojením, a pokrytí přístupovými sítěmi nové generace (NGA) se rozšířilo do té míry, že nyní převyšuje průměr EU. Mezi důvody tohoto zvýšení patří zavádění optických vláken alternativními operátory a modernizace kovové sítě zavedeného operátora na vysokorychlostní technologii VDSL. Počet uživatelů s pevným širokopásmovým připojením vzrostl zejména v městských oblastech, které jsou dobře rozvinuté. Nyní dosahuje 74 % domácností, což je stále pod průměrem EU ve výši 77 %. Výsledky Česka v oblasti superrychlého širokopásmového pokrytí (63 %) jsou o něco lepší než průměr EU (60 %). Z údajů o pokrytí FTTP je však patrná digitální propast mezi městy a venkovem: pokryto je méně než 8 % venkovských oblastí (polovina průměru EU ve výši 14 %), zatímco celkové pokrytí činí 38 %, tedy více než průměr EU dosahující 30 %. Míra využívání rychlého (37 %) a superrychlého (18 %) širokopásmového připojení je pod průměrem EU (41 % a 20 %), což ukazuje výrazně pomalejší tempo růstu. Zavádění superrychlého širokopásmového připojení se věnují noví účastníci na trhu, kdežto

Itální ekonomiky a společnosti 2019, zpráva o Česku

Strana 5 z 14

v síti zavedeného operátora je pouze okrajové. Pokrytí mobilním širokopásmovým připojením 4G je téměř sto procentní (99 %). Využívání mobilního širokopásmového připojení (82 %) se v minulém roce mírně zvýšilo, ale je výrazně pod průměrem EU ve výši 96 %. Důvodem tohoto relativně nízkého využití může být skutečnost, že ceny pro uživatele mobilních telefonů patří k nejvyšším v Evropě. Ceny za mobilní širokopásmové připojení pro telefony² (42,6 eur) jsou téměř dvojnásobné oproti průměru EU ve výši 22,3 eur. Index cen pevného širokopásmového připojení se však velmi blíží průměru EU.

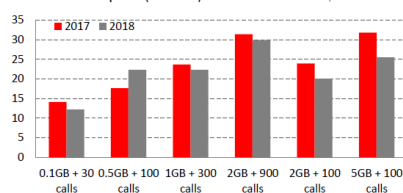
528
529

Obrázek 11: EU DESI 2019 Telecom Chapter

Prices of mobile voice and data plans vary greatly across Europe. Prices have fallen in all but one consumption basket (500 MB + 100 calls). The largest price drop is in the most data-intensive basket (5 GB + 100 calls) which has fallen by 20 % since 2017.

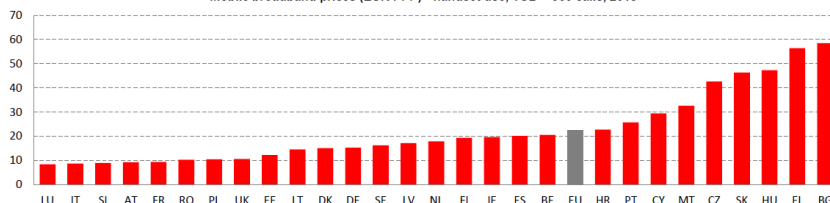
Looking at the usage basket of 300 voice calls and 1GB data, minimum prices range between EUR 8 and EUR 59 with an EU average of EUR 22 (EUR 2 cheaper than a year ago). The cheapest countries are Luxembourg, Italy, Slovenia, Austria and France, with minimum prices below EUR 10. By contrast, prices are high in Bulgaria (EUR 59), Greece (EUR 56), Hungary (EUR 47), Slovakia (EUR 46) and Czechia (EUR 43).

Mobile broadband prices (EUR PPP) - handset use in the EU, 2017 - 2018



Source: Commission services based on Empirica, Mobile Broadband Prices study, 2017-2018

Mobile broadband prices (EUR PPP) - handset use, 1GB + 300 calls, 2018



Source: Commission services based on Empirica, Mobile Broadband Prices study, 2018

DESI Report 2019 – Connectivity

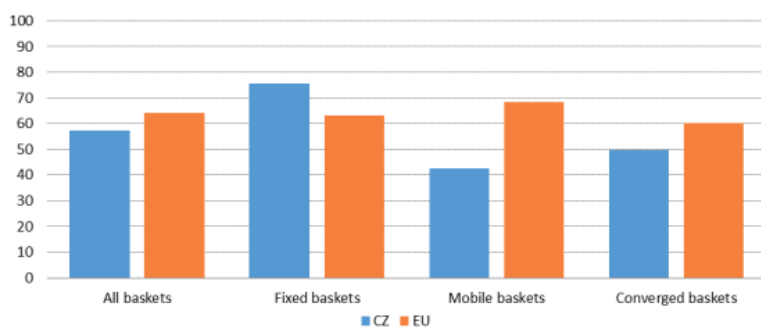
32



530
531

Obrázek 12: EU DESI 2019 Connectivity Report

Broadband price index (Score 0-100, 100 being the best), 2019



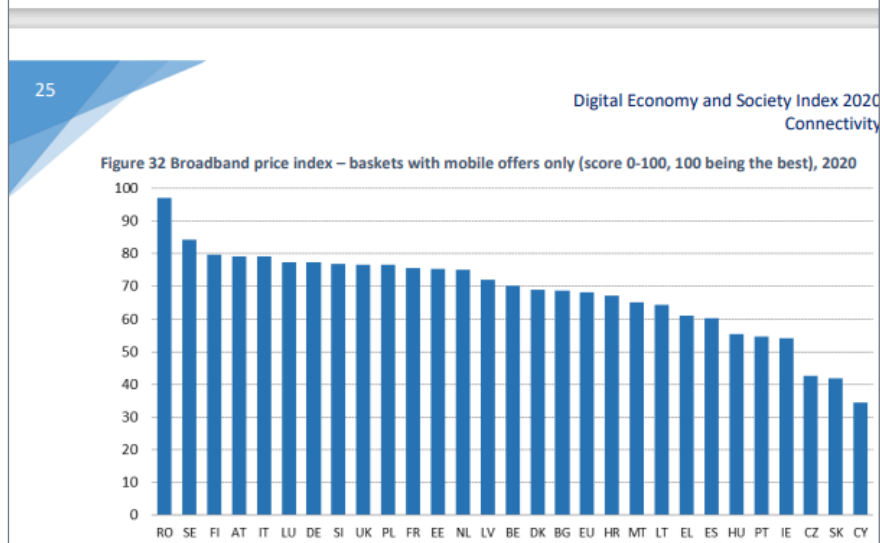
Source Commission services based on Empirica (Retail broadband prices studies)

Retail prices for mobile baskets in Czechia are among the highest in Europe – the country's broadband price index in the mobile baskets segment is 43, compared to the EU average of 68. As an example, consumers can expect to pay €20.92 (adjusted for purchasing power parity) for the least expensive offer for 1GB mobile data with 30 minutes of calls, which is almost twice the EU average price. The prices in the converged baskets segment are equally high (index of 50, compared to the EU average of 60). At the same time, the fixed broadband price index (76) is above the EU average (64), meaning that customers can benefit from relatively low prices.

532
533

Obrázek 13: EU DESI 2020 Telecom Chapter

Considering baskets with mobile offers only, Romania scores best regarding prices in this category, followed by Sweden and Finland. In Cyprus, Slovakia and **Czechia**, mobile operators are offering the most expensive mobile broadband products.



Obrázek 14: EU DESI 2020 Connectivity Report

534
535

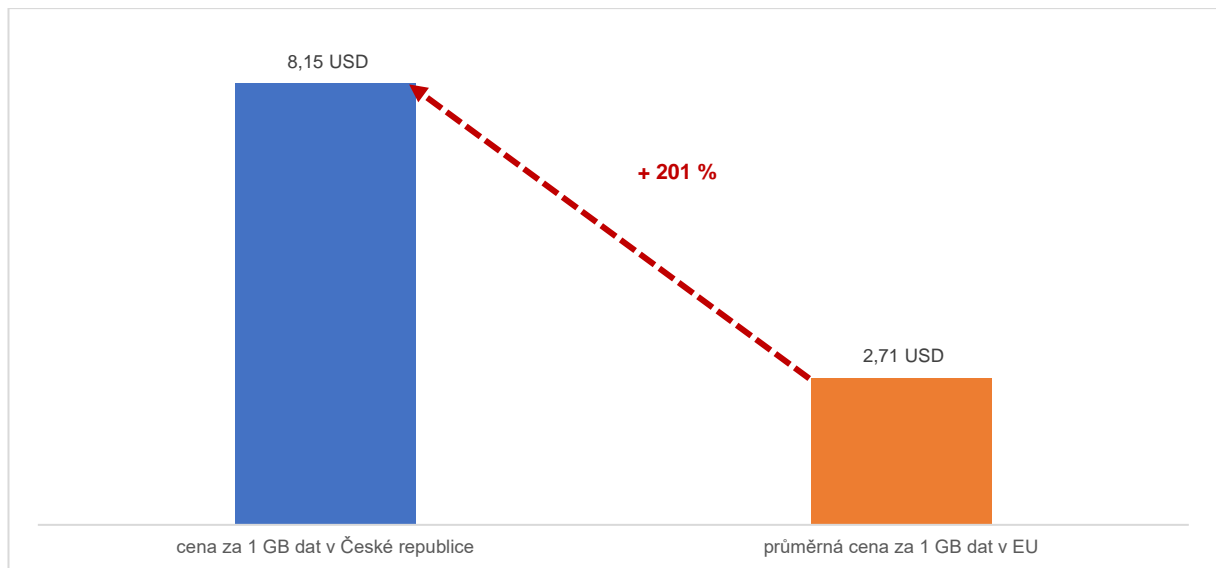
536 Pro účely znázornění výše maloobchodních cen v České republice za mobilní služby
537 ve srovnání průměru zemí EU byl použit simulační nástroj Evropské komise, kterým měří
538 rozdíly v cenových úrovních napříč členskými zeměmi EU. Základem tohoto simulačního
539 nástroje je sestavení standardizovaného produktového mixu v každé členské zemi podle košů
540 produktů s parametry hlasových služeb a datových služeb. Sestavení koše produktů bylo
541 realizováno za využití přístupu OECD – Teligen.

542 Na základě využití simulačního nástroje Evropské komise, kterým měří rozdíly
543 v cenových úrovních napříč členskými zeměmi EU, bylo identifikováno, že průměrný rozdíl cen
544 v České republice ve srovnání s průměrem zemí EU je na úrovni 99 %, přičemž nejvyšší rozdíl,
545 až 154 %, byl pozorovaný v koši produktů 2 a druhý nejvyšší rozdíl, až 124 %, v koši produktů
546 5.

547 Toto srovnání cenových úrovní s průměrem EU jen potvrzuje, že rozdíly v cenách
548 produktů mobilních služeb rostou s nabízeným objemem dat v rámci produktů. Výjimkou je koš
549 produktů 2, který však tvoří nejvíce využívaný typ produktu v rámci maloobchodního trhu
550 v České republice.

551 Vzhledem k tomu, že maloobchodní cena produktů závisí primárně na objemu dat,
552 nabízeného v rámci jednotlivých produktů, by mělo být primární ambicí nápravných opatření
553 snížení maloobchodní ceny za přenesená data, která jsou nabízena společně s hlasovými
554 službami a službami SMS.

555 Analýza společnosti Cable.co.uk „Worldwide Mobile Data Pricing 2021“, která
556 mapovala cenu mobilních datových služeb ve 230 zemích identifikovala cenu dat nabízených
557 v produktech mobilních služeb, přičemž výsledky analýzy ukázaly, že rozdíl v ceně dat mezi
558 Českou republikou a průměrem EU byl na konci roku 2020 na úrovni 201 %.



559
560
561

Graf 1: Porovnání ceny za 1 GB dat v ČR a EU
Zdroj: Worldwide Mobile Data Pricing 2021, Cable.co.uk

562 Zlou situaci na maloobchodním trhu v ČR, zejména v oblasti tarifů s větším objemem
563 dat, potvrzuje i studie Evropské komise „Mobile and Fixed Broadband Prices in Europe 2020“,
564 která byla publikována v roce 2021. Tyto tarify spadají téměř exkluzivně do takové oblasti
565 nabídek maloobchodního trhu, v které je ČR hodnocena nejhorší možnou známkou 4 (drahá
566 oblast „expensive cluster“) v celoevropském porovnání. ČR je v tomto srovnání hodnocena
567 jako nejhorší země.

Figure 5 - Price variation per offer category across the EU, country clusters (mobile broadband)

	0.5GB mobile data with no calls	1GB mobile data with no calls	2GB mobile data with no calls	5GB mobile data with no calls	20GB mobile data with no calls	0.5GB mobile data with 30 calls	1GB mobile data with 30 calls	2GB mobile data with 100 calls	5GB mobile data with 300 calls	20GB mobile data with 300 calls	5GB mobile data with 30 calls	20GB mobile data with 100 calls
PL	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
RO	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
EE	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2
ES	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2
IE	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
SI	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2
AT	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1
DE	2	2	3	2	2	1	1	2	1	2	2	2
LU	2	2	2	2	3	1	1	2	1	3	1	3
NL	2	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2
SE	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
SK	2	2	2	2	3	1	1	3	3	2	2	2
FR	4	3	3	3	2	3	2	3	2	1	2	1
IT	4	3	3	2	1	4	3	3	2	1	2	1
BE	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3
FI	2	3	4	3	2	2	2	3	3	2	3	2
HR	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
LV	3	2	2	2	1	3	4	3	3	3	3	3
BG	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
DK	4	4	3	3	2	4	3	3	2	2	2	2
EL	3	3	2	3	2	3	3	3	4	4	3	4
HU	2	2	3	3	4	3	2	4	4	4	3	4
LT	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
MT	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3
PT	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4
CY	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
CZ	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4

Cluster Centres [EUR]

1	2.43	2.43	3.12	5.19	7.53	5.53	5.53	5.52	8.09	10.2	6.67	9.87
2	4.15	4.29	7.41	9.05	14.55	8.44	9.2	9.21	13.12	18.75	12.21	19.29
3	6.23	7.75	10.29	12.62	24.74	11.37	13.14	14.87	22.69	33.69	19.9	34.8
4	11.36	13.97	17.45	22.3	42.31	14.93	18.37	27.26	36.62	52.83	29.03	52.83

Number of cases in each cluster

1	4	4	5	5	6	8	9	4	8	6	7	6
2	11	10	10	8	10	7	8	7	7	9	9	9
3	4	7	7	9	8	9	7	13	7	7	8	7
4	8	6	5	5	3	3	3	3	5	5	3	5

Green symbol 1 – inexpensive cluster
 Blue symbol 2 – relatively inexpensive cluster
 Yellow symbol 3 – relatively expensive cluster
 Red symbol 4 – expensive cluster

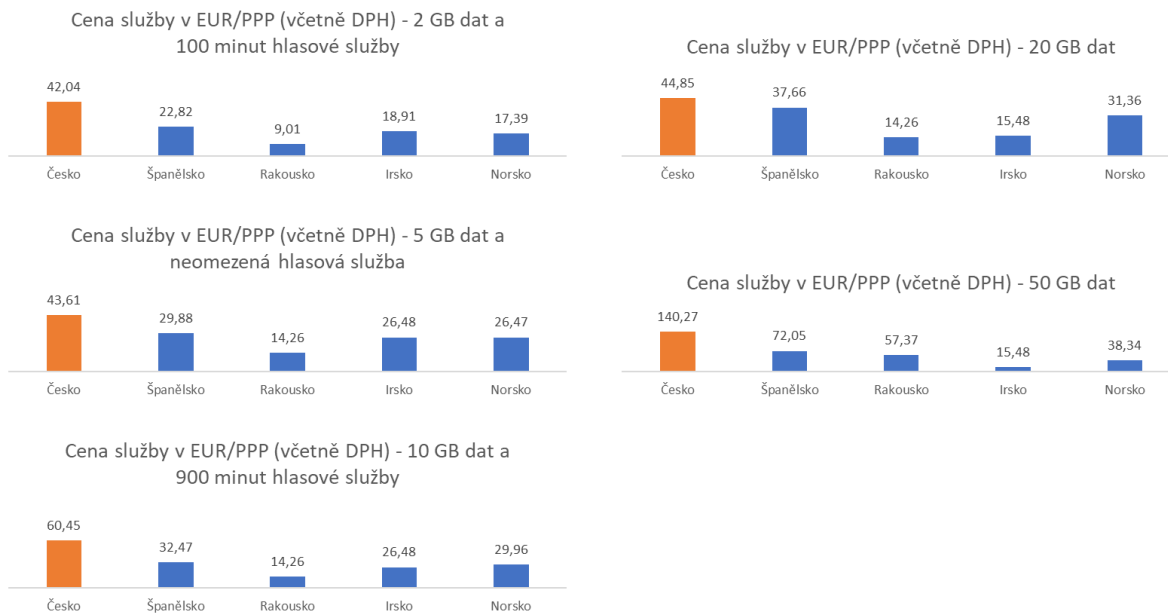
568
569
570
571

Obrázek 15: Cenové rozdíly služeb na maloobchodním trhu mobilních služeb v ČR a zemích EU
 Zdroj: Studie EK „Mobile and Fixed Broadband Prices in Europe 2020“, publikováno v 2021

572 **C.4 Regulace mobilního trhu v ČR a EU**

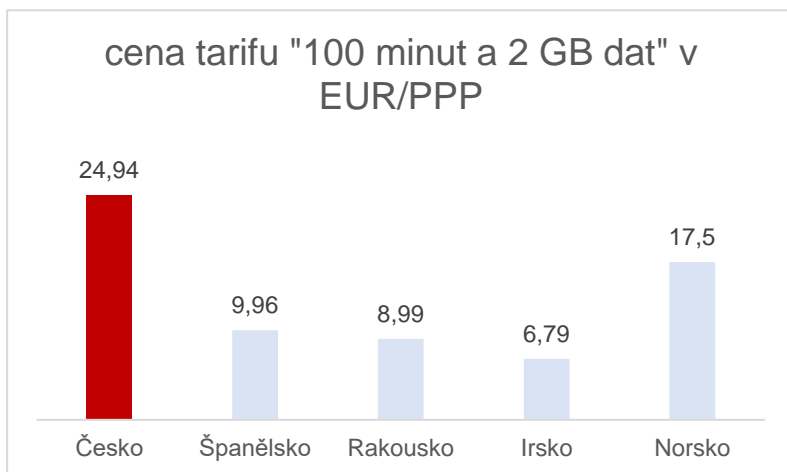
573 Ex ante regulace mobilních trhů v Evropě není ojedinělá. Velkoobchodní přístup
 574 k mobilním službám podléhá ex ante regulaci například v Norsku od roku 2016. Až do roku
 575 2017 podléhal podobně vymezený trh ex ante regulaci také ve Španělsku.

576 Regulace mobilního trhu je v EU běžná také jinými nástroji než tzv. ex ante regulací.
 577 Mezi typické nástroje regulace mobilního trhu patří např. závazky převzaté fúzujícími mobilními
 578 operátory či závazky převzaté účastníky kartelových dohod. Mezi takové trhy patří například
 579 Irsko či Rakousko, kde je velkoobchodní přístup k mobilními datům pro MVNO od roku 2012
 580 součástí závazků, které akceptovali fúzující mobilní operátoři.

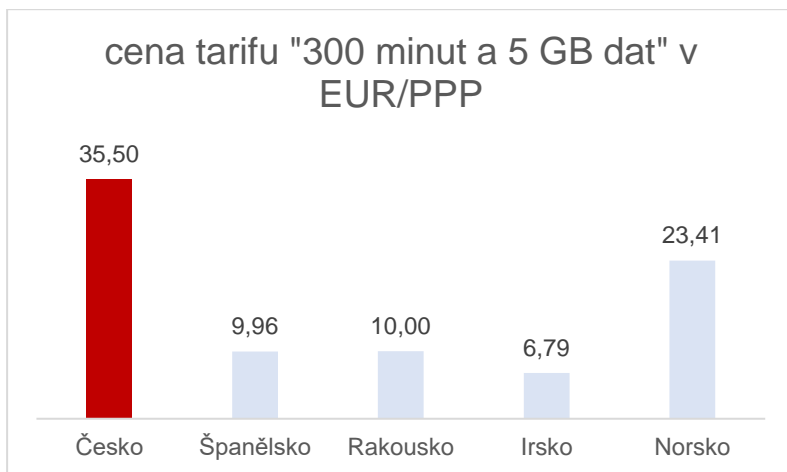


581

582 *Graf 2: Cena produktů mobilních služeb dle typu mobilního produktu za diskutované země*
 583 *Zdroj: EC Simulation tool (ceny z 02/2019) a CABLE.co.uk (2021)*



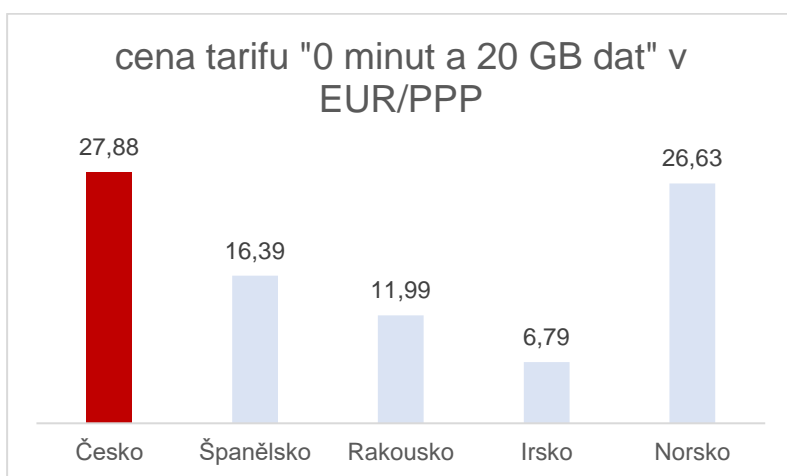
584 *Graf 3: Cena produktů mobilních služeb dle typu mobilního produktu za diskutované země*
 585 *Zdroj: EC Simulation tool 2021*
 586



587

588
589

Graf 4: Cena produktů mobilních služeb dle typu mobilního produktu za diskutované země
Zdroj: EC Simulation tool 2021



590

591
592

Graf 5: Cena produktů mobilních služeb dle typu mobilního produktu za diskutované země
Zdroj: EC Simulation tool 2021

593 Jak je patrné také z nejnovějších mezinárodních srovnání cen mobilních služeb (viz
594 výše), regulovány (i prostřednictvím jiných nástrojů než ex-ante) jsou také země, kde jsou ceny
595 mobilních služeb výrazně nižší než v České republice. Je tedy zřejmé, že regulace mobilních
596 trhů, včetně ex ante regulace, je běžně používaným nástrojem regulačních úřadů a návrh
597 analýzy ČTÚ není ničím nestandardním.

598 Kromě mezinárodního srovnání je nutné vzít zejména v potaz specifika českého
599 mobilního trhu, který dlouhodobě patří mezi nejdražší a nejméně konkurenční. ČTÚ k návrhu
600 regulace velkoobchodního přístupu k mobilním službám přistoupil proto, že ceny mobilních
601 služeb v České republice patří dlouhodobě mezi ty nejvyšší a vysoké ceny, zejména na trzích
602 s nízkým počtem významných hráčů (tzv. oligopolech), jsou typickým projevem nedostatečné
603 konkurence a porušení zdravé hospodářské soutěže a také proto, že shledal na základě
604 analýzy potřebu zavést velkoobchodní přístup za účelem ochrany MVNO před aktuálními
605 hrozbami vytlačení MVNO z velkoobchodního trhu.

606 ČTÚ sdílí názor Komise, že ex ante (SMP) regulace by měla být nástrojem pro řešení
607 neuspokojivé situace na trhu až po vyčerpání jiných vhodných regulačních nástrojů. K těmto
608 patří již zmíněné mediace či snaha o změnu struktury trhu prostřednictvím aukcí na kmitočty.

609 S ohledem na výše uvedené ČTÚ k návrhu ex ante regulace přistoupil teprve po
610 opakovaných pokusech mobilní trh regulovat jinými způsoby, například nastavením podmínek
611 4G a 5G aukcí. Ačkoliv byly podmínky obou aukcí nastaveny s cílem přilákat čtvrtého MNO,
612 případně podpořit jiné formy konkurence prostřednictvím možnosti přístupu ke službám
613 národního roamingu pro ostatní nové držitele kmitočtů z aukcí či velkoobchodním službám pro
614 MVNO, efekt těchto aukcí se prozatím na trhu neprojevil. A jelikož na trhu přetrvává situace s
615 omezenou hospodářskou soutěží, zejména demonstrovanou vysokými cenami a stagnujícím
616 trhem MVNO, rozhodl se ČTÚ přistoupit k uplatnění opatření v rámci ex ante regulace.

617 V neposlední řadě ČTÚ uvádí, že ex ante regulaci mobilního trhu v minulosti zvažoval
618 vícekrát. Doposud k uplatnění ex ante regulace ze strany ČTÚ však nakonec nedošlo
619 z různých, dále uvedených, důvodů.

620 V letech 2012 až 2016 ČTÚ dospěl k závěru, že tržní selhání není nutné napravovat ex
621 ante regulací, zejména s ohledem na tehdejší rapidní vývoj na mobilním trhu, kdy v roce 2013
622 na trh vstoupili poprvé MVNO, v roce 2013 proběhla 4G aukce se závazky velkoobchodního
623 přístupu, od které se očekávala změna podmínek na trhu. Ačkoliv ČTÚ v tomto období
624 vyhodnotil, že ex ante regulace není potřeba, výše uvedené okolnosti nakonec nevedly
625 k očekávanému výsledku a velmi vysoké ceny mobilních služeb i omezená konkurence tří
626 MNO bez relevantního dopadu MVNO na trhu zůstala zachována.

627 Následně ČTÚ zvažoval ex ante regulaci v letech 2017–2019. V roce 2017 provedl
628 ČTÚ test 3 kritérií na trhu mobilních služeb.²⁶ Test 3 kritérií následně konzultoval s veřejností
629 dle § 130 zákona o elektronických komunikacích a vypořádal všechny připomínky.²⁷ K návrhu
630 testu 3 kritérií se následně vyjádřil Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS), který
631 k testu neměl žádné podstatné připomínky.²⁸ Následně ČTÚ výsledky testu 3 kritérií
632 konzultoval s Evropskou komisí, která k závěrům ČTÚ nevznesla vážné pochybnosti, ačkoliv
633 k závěrům uvedla své připomínky, zejména ve vztahu k podložení závěrů ČTÚ dodatečnými
634 důkazy.²⁹ ČTÚ v průběhu roku 2019 rovněž zpracoval a vydal předběžnou analýzu³⁰ trhu,
635 kterou zároveň konzultoval s veřejností podle § 130 zákona o elektronických komunikacích,
636 včetně vypořádání připomínek.³¹ Tato analýza navazuje na předchozí činnost ČTÚ
637 z posledních let a vychází z ní, zejména z výše uvedených dokumentů a závěrů v nich
638 uvedených, včetně toho, že všechna tři kritéria 3K testu byla na vymezeném trhu kumulativně
639 splněna a v rámci předběžné analýzy byla indikována existence společné významné tržní síly
640 síťových operátorů O2 Czech Republic a.s. (dále také jen „O2“), T-Mobile Czech Republic a.s.
641 (dále také jen „T-Mobile“) a Vodafone Czech Republic a.s. (dále také jen „Vodafone“). V
642 návaznosti na předchozí provedení testu 3 kritérií ČTÚ zařadil trh mobilních služeb mezi
643 relevantní trhy způsobilé k ex ante regulaci v rámci opatření obecné povahy č.
644 OOP/1/12.2019, a následně zařazení mezi relevantní trhy potvrdil i opatřením obecné povahy
645 č. OOP/1/05.2021-5, kterým se stanoví relevantní trhy v oboru elektronických komunikací,
646 včetně kritérií pro hodnocení významné tržní síly jako trh č. 3. Výše uvedené dokumenty a

²⁶ <https://www.ctu.cz/trh-mobilnich-sluzeb/3k-test>

²⁷ <https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/ctu/vyzva-k-uplatneni-pripominek-k-navrhu-testu-tri-kriterii-pro-trh-mobilnich-sluzeb/obrazky/tabulkavyporadani3ktest.pdf>

²⁸ <https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/stranky/223526/soubory/pripominkyuohskt3k04-2018.pdf>

²⁹ <https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/stranky/223526/soubory/cz-2019-218920adoptedcsredacted.pdf>

³⁰ <https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/ctu/sdeleni-o-zahajeni-konzultace-k-predbezne-analyze-velkoobchodniho-trhu-mobilnich-sluzeb/obrazky/predbeznaanalyzavelkoobchodnihotrhomobilnichsluzebverzeprovkrozverejnenipodepsany.pdf>

³¹ <https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/ctu/vyzva-k-uplatneni-pripominek-k-predbezne-analyze-trhu-mobilniho-backhauulu/obrazky/mobilnibackhaultabulkapripominekvpzverejnenipodepsan.pdf>

647 závěry v nich uvedené byly v rámci této analýzy ze strany ČTÚ přezkoumány a vyhodnoceny
648 na základě aktualizovaných údajů a dat.

649 ČTÚ nakonec v roce 2020 odložil dokončení procesu ex ante regulace mobilního trhu
650 z důvodu plánované 5G aukce, která proběhla právě v roce 2020³². Ačkoliv ČTÚ očekává
651 pozitivní dopad závazků, které byly součástí 5G aukce, lze odůvodněně očekávat, že tyto
652 závazky se na trhu projeví s časovým odstupem. Vzhledem k tomu, že aktuální situace do
653 doby reálného dopadu výsledků aukce 5G na trh si, dle názoru Úřadu, vyžaduje zásah pro
654 rozvoj účinného konkurenčního prostředí, rozhodl se Úřad pro využití nástroje ex ante
655 regulace.

656 V roce 2021 proto ČTÚ po skončení výše uvedené 5G aukce a vyhodnocení jejích
657 výsledků, kdy vyhrazené kmitočty v pásmu 700 MHz nezískal žádný nový síťový operátor,
658 přistoupil k dopracování analýzy relevantního trhu velkoobchodního přístupu k mobilním
659 službám (relevantní trh č. 3). ČTÚ v rámci tohoto procesu návrhu ex ante regulace mobilního
660 trhu aktualizoval jak vyhodnocení testu tří kritérií, tak i vyhodnocení tržního prostředí³³. ČTÚ
661 zahájil dne 18. listopadu 2021 u Evropské komise notifikaci svého návrhu opatření s analýzou
662 relevantního trhu č. 3. Komise k návrhu opatření vyslovila postupem dle čl. 32 odst. 4 Kodexu
663 vážné pochybnosti, které doručila ČTÚ dne 20. prosince 2021. K vážným pochybnostem přijal
664 své stanovisko BEREC, který se částečně s pochybnostmi Komise ztotožnil, částečně dal za
665 pravdu ČTÚ. Následně Komise vydala postupem dle čl. 32 odst. 6 písm. a) Kodexu rozhodnutí
666 ze dne 17. února 2022, kterým uložila ČTÚ vzít návrh notifikovaného opatření zpět.

667 **C.5 Hodnocení situace na velkoobchodním trhu ze strany virtuálních síťových** 668 **operátorů**

669 ČTÚ zjišťoval intenzitu dění na velkoobchodním trhu mobilních služeb v ČR
670 prostřednictvím dotazníku. Na dotazy odpovědělo 14 MVNO, s celkovým počtem 533.852
671 aktivních SIM v roce 2021, tedy MVNO s celkovým podílem 48 % na všech SIM virtuálních
672 operátorů. V odpovědích jsou zastoupeny jak majetkově propojení, tak nezávislí MVNO.
673 V odpovědích jsou zastoupeni jak MVNO s malým počtem aktivních SIM, tak MVNO patřící
674 k největším co do počtu SIM.

675 Z MVNO, kteří odpověděli, bylo od vstupu na trh 36 % předmětem sloučení, prodeje,
676 nebo změny právní formy. I to indikuje, spolu s velmi nízkým tržním podílem nezávislých
677 MVNO (kolem 2 %³⁴), že trh není stabilní a dochází na něm k fluktuaci a změnám MVNO.

678 Z odpovědí oslovených MVNO také jednoznačně vyplývá, že míra konkurence na
679 velkoobchodním trhu mobilních služeb je extrémně nízká:

680 1. V letech 2016 až 2021 nedošlo ke změně poskytovatele velkoobchodních služeb u
681 žádného MVNO na základě soutěže na velkoobchodním trhu³⁵ – i to je indikátorem
682 nedostatečné soutěže na velkoobchodním trhu.

³² Vedle závazků národního roamingu a velkoobchodní nabídky bylo součástí podmínek aukce i vyhrazení části spektra (v pásmu 700 MHz) pro případný vstup nového zájemce o působení jako MNO, což se však nestalo.

³³ Tabulka vypořádání připomínek dostupná zde: https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/ctu/vyzva-k-uplatneni-pripominek-k-navrhu-opatreni-obecne-povahy-analyzy-trhu-c.a/3/xx_2021-x-trhu-c.3-velkoobchodni-trh-pristupu-k-mobilnim-sluzbam/obrazky/art3tabulkavyporadanifinalbezotkezverejnenispeceti.pdf

³⁴ Měřeno objemem tržeb.

³⁵ ČTÚ eviduje případy, kdy MVNO změnili hostující síť např. z důvodu sloučení s jiným subjektem, tyto vynucené změny vyvolané fúzí/nákupem a změnou majitele nepovažuje Úřad za změnu poskytovatele velkoobchodních služeb z důvodu konkurence.

683 2. Průměrná míra proaktivních formálních kontaktů s nabídkou nových služeb ze
684 strany MNO nebo MVNE pro MVNO činila v roce 2020 pouze 1,4 kontaktu za 1 rok
685 na 1 MVNO. V roce 2021 to bylo 1,9 kontaktu (avšak 1 oslovený MVNO uvedl až
686 18 kontaktů v roce 2020 a 13 kontaktů v roce 2021, bez těchto extrémních hodnot
687 by byl průměrný počet kontaktů 0,07 v roce 2020 a 0,92 v roce 2021).

688 3. Průměrná míra proaktivních formálních kontaktů s nabídkou změny existujících
689 služeb ze strany MNO nebo MVNE pro MVNO činila v roce 2020 pouze 2,9
690 kontaktu za 1 rok na 1 MVNO. V roce 2021 to bylo 3,1 kontaktu (avšak 1 oslovený
691 MVNO uvedl až 36 kontaktů v roce 2020 a 36 kontaktů v roce 2021, bez těchto
692 extrémních hodnot by byl průměrný počet kontaktů 0,29 v roce 2020 a 0,57 v roce
693 2021).

694 4. Průměrná míra proaktivních formálních kontaktů ohledně výpovědi smlouvy ze
695 strany MNO nebo MVNE pro MVNO činila v roce 2020 0 kontaktu za 1 rok na 1
696 MVNO. V roce 2021 to bylo 0,4 kontaktu.

697 Z tarifů mobilních služeb nabízených v současnosti ze strany MNO na maloobchodním
698 trhu, které jsou z pohledu dotazovaných MVNO zákaznický nejzajímavější³⁶, a které
699 dotazovaní MVNO nemůžou na maloobchodním trhu nabízet, např. z finančních důvodů nebo
700 proto, že jim MNO nebo MVNE nenabídl odpovídající velkoobchodní produkt apod., uvedli
701 dotazovaní MVNO především tyto důvody, které jim brání je nabízet:

- 702 • neexistence odpovídající velkoobchodní nabídky;
- 703 • velkoobchodní ceny jsou vyšší než maloobchodní ceny koncového zákazníka síťového
704 operátora; a
- 705 • vysoké náklady na SIM kartu, co neúměrně zvyšuje náklady na provoz.

706 Odpovědi také potvrdili skutečnost, že malí i velcí MVNO v ČR jsou tzv. „light MVNO“,
707 tj. mají většinu svých IT systémů, které jsou klíčové pro poskytování služeb koncovým
708 zákazníkům na maloobchodním trhu, outsourcovánu na svého velkoobchodního partnera:

- 709 • 35 % z MVNO má outsourcovány všechny klíčové IT systémy;
- 710 • 65 % z MVNO má alespoň 1 klíčový IT systém provozován vlastními kapacitami;
- 711 • 64 % z MVNO má alespoň 2 klíčové IT systémy provozovány vlastními kapacitami; a
- 712 • 57 % z MVNO má alespoň 3 klíčové IT systémy provozovány vlastními kapacitami.

713 Z uvedeného je tedy zřejmé, že subjekt nově vstupující na velkoobchodní trh mobilních
714 služeb ČR, bude muset v zájmu své konkurenceschopnosti uvedené IT systémy pro své
715 potenciální velkoobchodní zákazníky také nabízet.

716 **C.6 Analýza replikovatelnosti nabídky síťových operátorů**

717 Již analýza trhu provedená Úřadem v roce 2021 konstatovala, že datový komponent
718 tarifů mobilních služeb je pro soutěž na maloobchodním i velkoobchodním trhu klíčový. Dle
719 studie společnosti KPMG „Česká digitální domácnost 2021“³⁷ dosáhla průměrná měsíční
720 spotřeba dat v roce 2020 2,6 GB resp. až 4 GB u zákazníků s aktivním datovým tarifem. Podle

³⁶ Dotazované subjekty navrhly celkově 33 tarifů, ze kterých až 64 % obsahovalo neomezenou hlasovou službu a službu SMS a 49 % neomezenou nabídku volných dat. Ačkoliv ne všechny tarify byly datově ambiciózní, až 88 % návrhů tarifů obsahovalo datový balík vyšší než 4 GB a 58 % tarifů obsahovalo datový balík vyšší než 10 GB.

³⁷ Zdroj: https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/cz/pdf/20210920_telco_study_CZ_digital.pdf

721 údajů Úřadu byla v roce 2020 dosáhnuta spotřeba 3,1 GB měsíčně, dle údajů OECD to bylo
722 3,2 GB měsíčně.

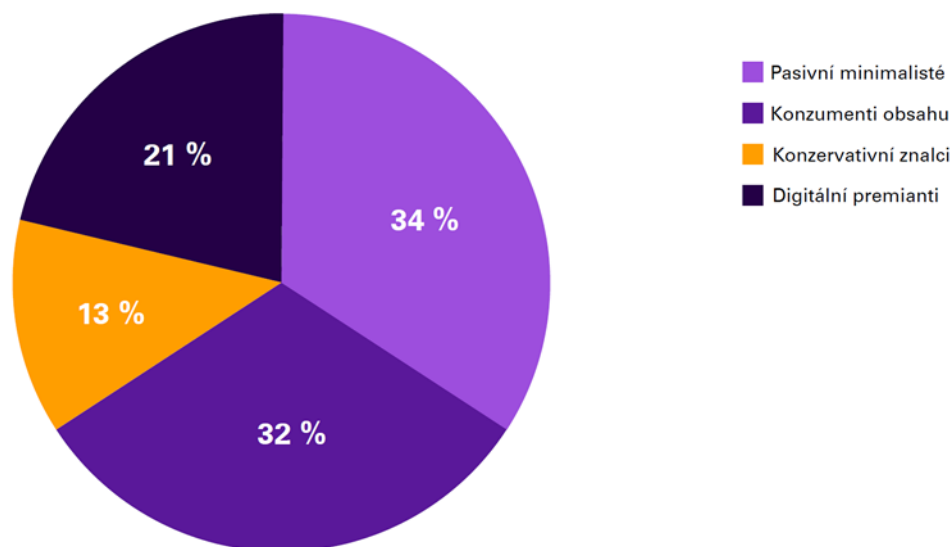
723 Studie KPMG také definuje 2 zákaznické segmenty maloobchodního trhu, tzv.
724 „Konzumenty obsahu“ a „Digitální premianti“, které spolu tvoří 53% podíl na trhu.

Segmentace – digitální index

Index		Zařízení	Služby	Spokojenost	Chování	Znalosti
2,7	Pasivní minimalisté	3	2,5	3	3	2
3,7	Konzumenti obsahu	3,5	4,5	3	5	2,5
4,2	Konzervativní znalci	4	4	4	4	5
4,6	Digitální premianti	5	5	3	5	5

725
726
727

Obrázek 16: Segmentace zákazníků
Zdroj: Studie KPMG „Česká digitální domácnost 2021“



728
729
730

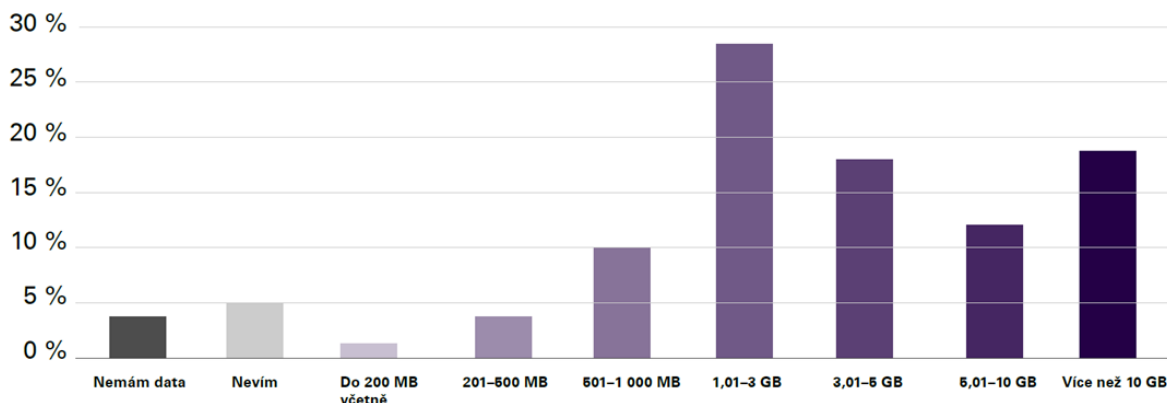
Obrázek 17: Segmentace zákazníků
Zdroj: Studie KPMG „Česká digitální domácnost 2021“

731 Studie KPMG také popisuje chování těchto zákaznických segmentů:

- 732
- 733 • Konzumenti obsahu: „...téměř polovina spotřebuje měsíčně více než 3 GB dat...“;
 - 734 • Digitální premianti: „...18 % respondentů spotřebuje více než 10 GB mobilních dat za měsíc...“;
 - 735 • Pasivní minimalisté: „...nad 1 GB mobilních dat spotřebuje méně než 10 % zástupců...“;
- 736

- 737
- 738
- 739
- Konzervativní znalci: „...mobilní datovou spotřebou se také podobá prvnímu segmentu (pasivní minimalisté), tedy spotřeba je minimální, nebo dokonce žádná...“.

DIGITÁLNÍ PREMIANTI: PRŮMĚRNÁ MOBILNÍ DATOVÁ SPOTŘEBA ZA MĚSÍC



740
741
742

Obrázek 18: Spotřeba dat segmentu „Digitální premianti“
Zdroj: Studie KPMG „Česká digitální domácnost 2021“

743 Vzhledem ke skutečnosti, že data o spotřebě mobilních dat v ČR jsou k dispozici pouze
744 za období do roku 2020, přihlédl Úřad také k analýze „Mobile data traffic outlook“ od
745 společnosti Ericsson³⁸. Podle této analýzy dosáhla v roce 2021 spotřeba dat na jeden „chytrý“
746 telefon v roce 2021 ve střední a východní Evropě 9,9 GB měsíčně a pro rok 2022 je
747 odhadována spotřeba dat na úrovni téměř 13,6 GB měsíčně. Společnost také odhaduje
748 průměrný roční růst spotřeby do roku 2027 na 22 %. Dle předpovědi společnosti Ericsson
749 dosáhne průměrná měsíční spotřeba dat na jeden „chytrý“ telefon ve střední a východní
750 Evropě na konci roku 2023 přibližně 17 GB.

³⁸ Zdroj: <https://www.ericsson.com/en/reports-and-papers/mobility-report/reports/november-2021>

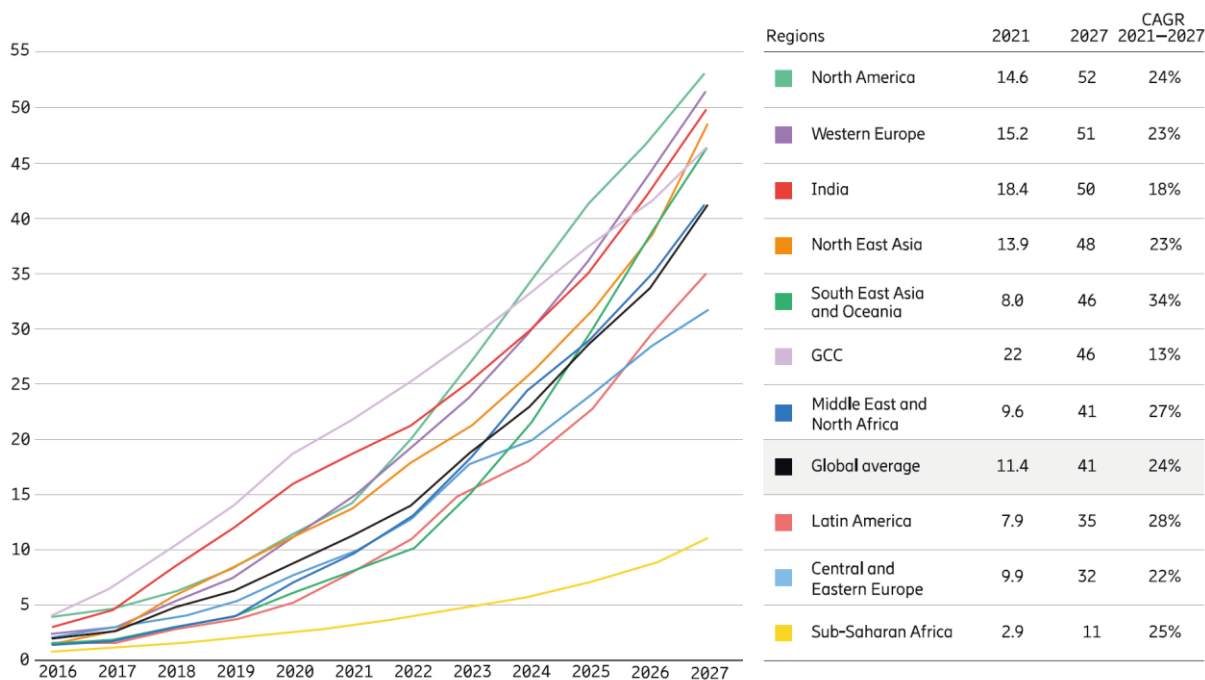


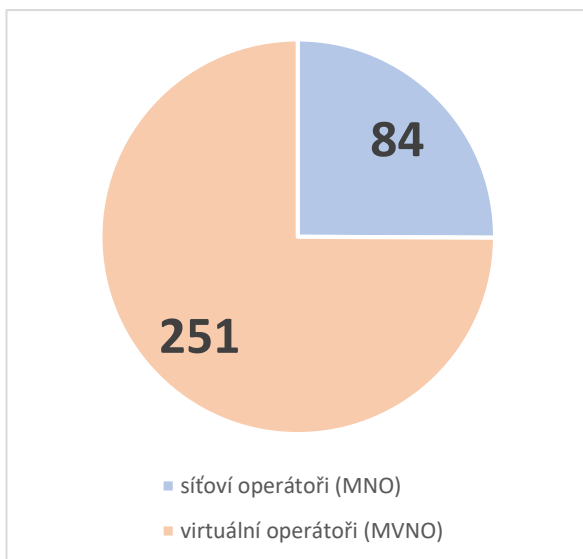
Figure 19: Mobile data traffic per smartphone (GB per month)

Obrázek 19: Spotřeba mobilních dat na jeden „chytrý“ telefon (GB za měsíc)
Zdroj: Ericsson Mobility Report 2021

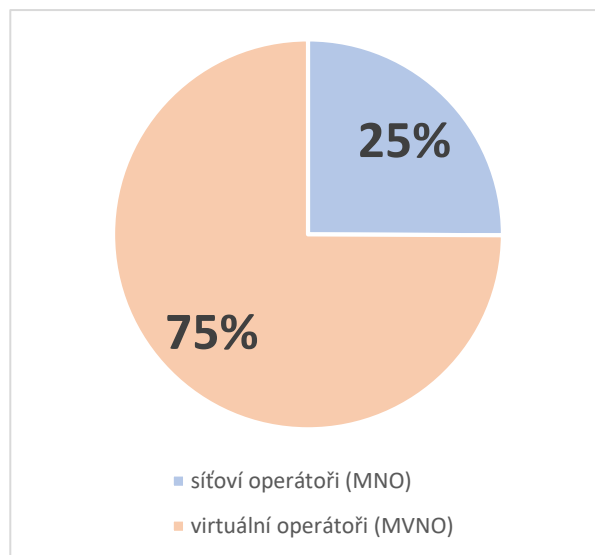
751
752
753

754 Předmětem nově provedené (oproti roku 2021) analýzy replikovatelnosti je celkem 335
755 produktů síťových a virtuálních mobilních operátorů, které ČTÚ identifikoval jako nové nebo
756 modifikované oproti průzkumu produktů ze srpna 2021. Mapování produktů bylo uskutečněno
757 ve dnech 25. 4. 2022 až 5. 5. 2022.

758 Ze zmapovaných produktů je 84 produktů v nabídkách síťových operátorů a 251
759 produktů v nabídkách virtuálních operátorů.

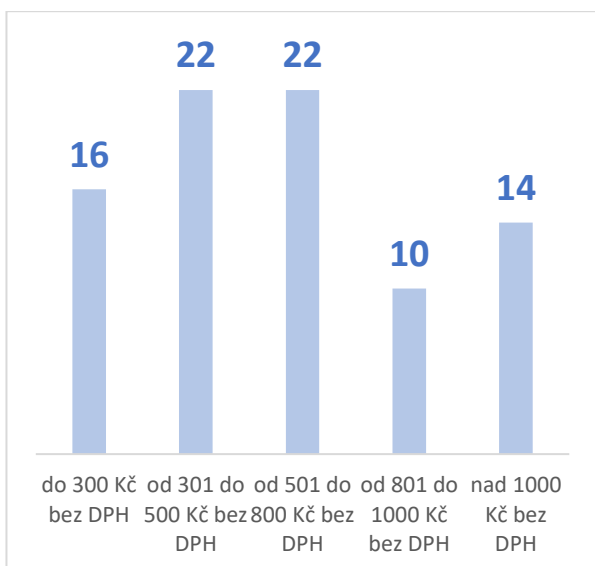


Graf 6: Početnost mapovaných produktů z hlediska typu operátora
Zdroj: ČTÚ, 2022

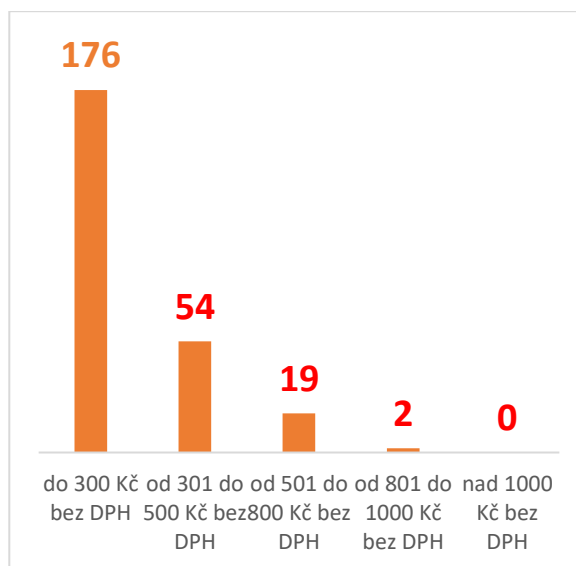


Graf 7: Skladba mapovaných produktů z hlediska typu operátora
Zdroj: ČTÚ, 2022

760 Produktová portfolia síťových operátorů jsou nejvíc orientována na tarify v cenových
761 hladinách od 301 Kč do 800 Kč bez DPH. Naopak, produktová portfolia virtuálních operátorů
762 jsou orientována především na tarify s cenovou hladinou do 300 Kč bez DPH, výrazně méně
763 pak s cenovou hladinou mezi 301 a 500 Kč bez DPH.

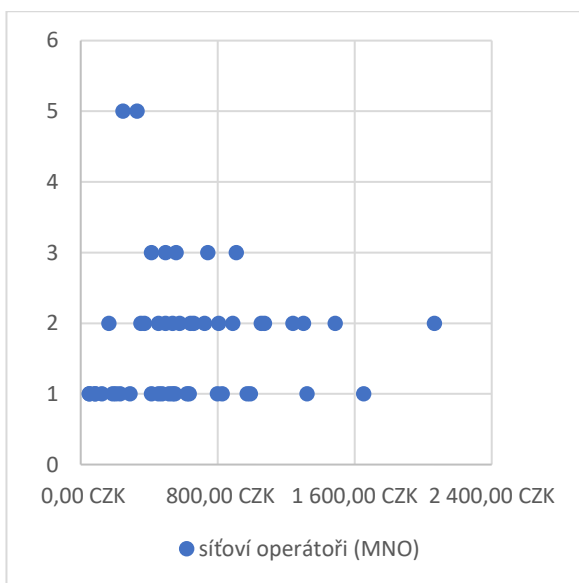


Graf 8: Početnost mapovaných produktů síťových operátorů z hlediska cenové úrovně
Zdroj: ČTÚ, 2022

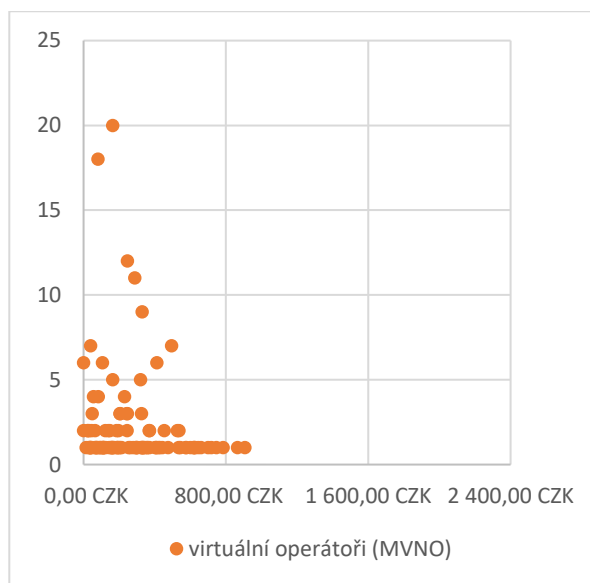


Graf 9: Početnost mapovaných produktů virtuálních operátorů z hlediska cenové úrovně
Zdroj: ČTÚ, 2022

764 Koncentraci produktů virtuálních mobilních operátorů na cenovou hladinu do 300 Kč
765 bez DPH a produktů síťových operátorů na cenovou hladinu nad 300 Kč bez DPH potvrzuje
766 také cenová stratifikace produktů virtuálních a síťových mobilních operátorů.

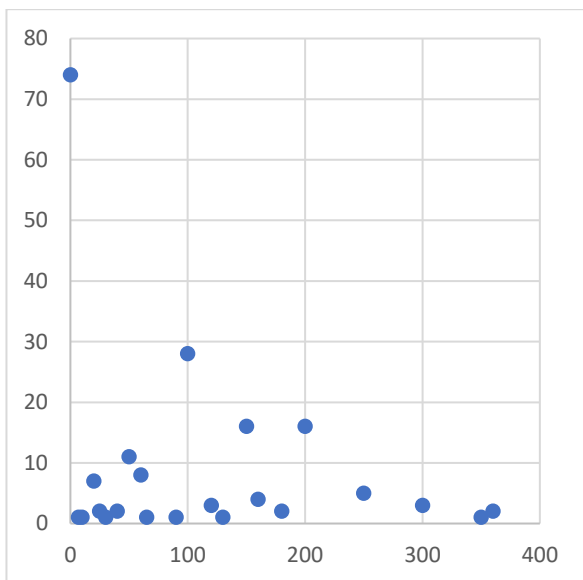


Graf 10: Cenová stratifikace produktů mobilních služeb síťových operátorů
Zdroj: ČTÚ, 2022

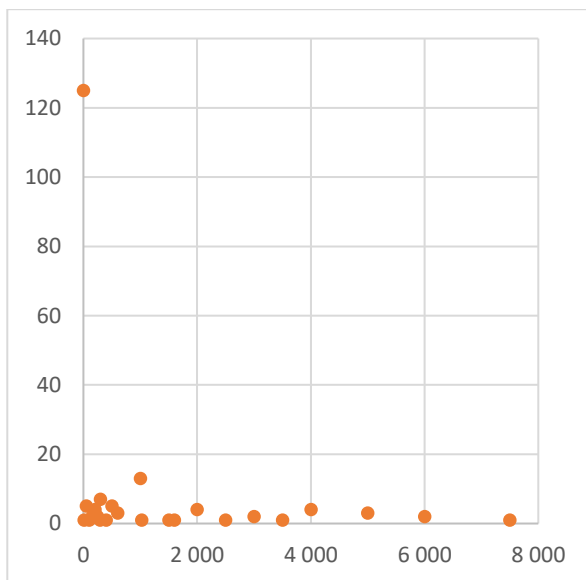


Graf 11: Cenová stratifikace produktů mobilních služeb virtuálních operátorů
Zdroj: ČTÚ, 2022

767 Produkty do 300 Kč bez DPH jsou charakteristické relativně nízkým počtem volných
768 minut a nízkým objemem volných dat. Z toho lze jednoznačně identifikovat, že virtuální
769 operátoři se soustředí na méně náročné klienty, kteří jsou poměrně vysoce citliví na cenu.



Graf 12: Stratifikace produktů v cenové hladině do 300 Kč bez DPH z hlediska počtu volných minut (tarify bez neomezené hlasové služby) Zdroj: ČTÚ, 2022



Graf 13: Stratifikace produktů v cenové hladině do 300 Kč bez DPH z hlediska počtu volných dat v MB (tarify bez neomezené nabídky volných dat) Zdroj: ČTÚ, 2022



770

771
772

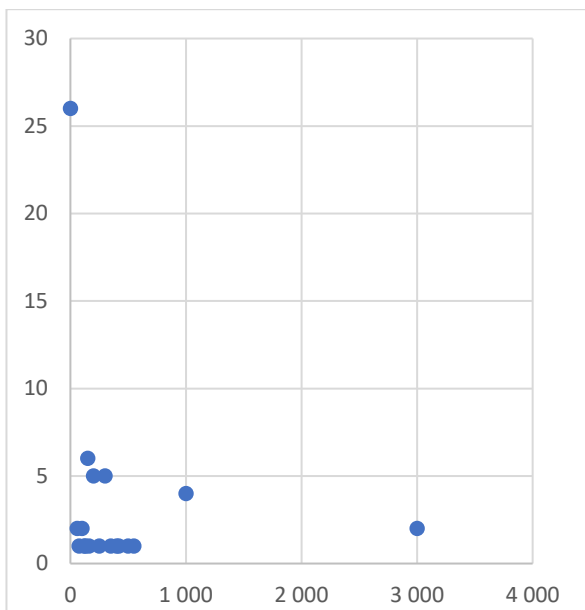
Graf 14: Tarify v cenové hladině do 300 Kč bez DPH s neomezenou hlasovou službou a nabídkou volných dat nad 10.000 MB Zdroj: ČTÚ, 2022

773

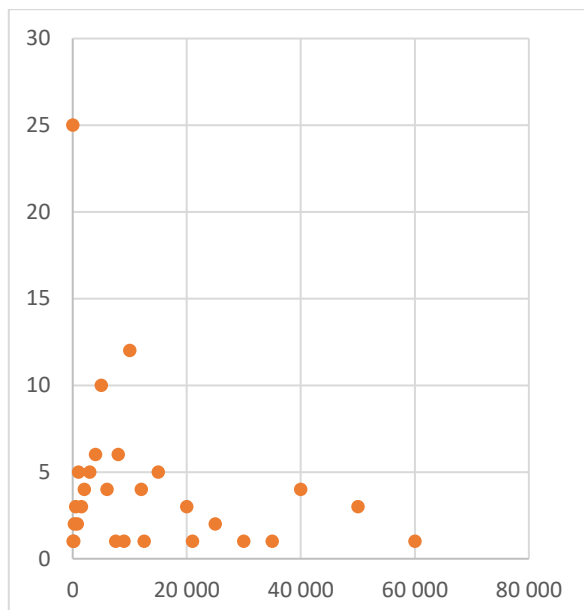
774

775

Naproti tomu produkty nad 300 Kč bez DPH jsou charakteristické vysokým počtem volných minut a velkým objemem volných dat, což jednoznačně znamená, že síťoví operátoři se koncentrují na náročné klienty, jejichž citlivost na cenu je poměrně nízká.

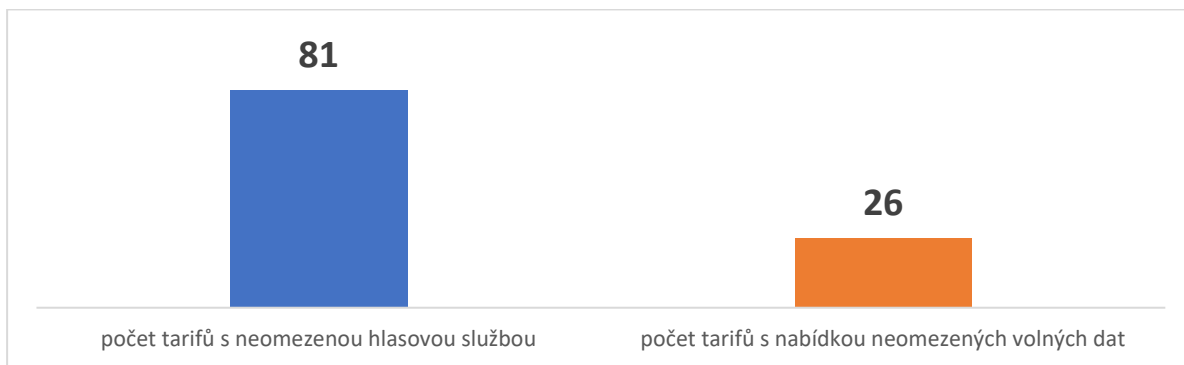


Graf 15: Stratifikace produktů v cenové hladině nad 300 Kč bez DPH z hlediska počtu volných minut (tarify bez neomezené hlasové služby)
Zdroj: ČTÚ, 2022



Graf 16: Stratifikace produktů v cenové hladině nad 300 Kč bez DPH z hlediska počtu volných dat v MB (tarify bez neomezené nabídky volných dat)
Zdroj: ČTÚ, 2022

776



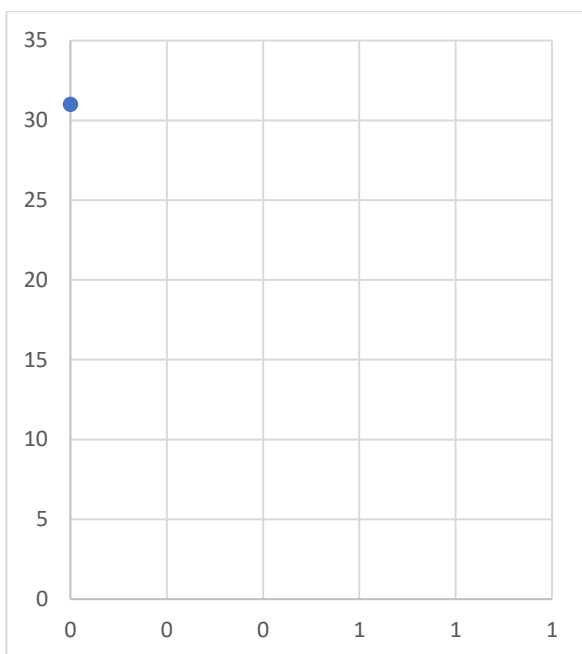
777

778
779

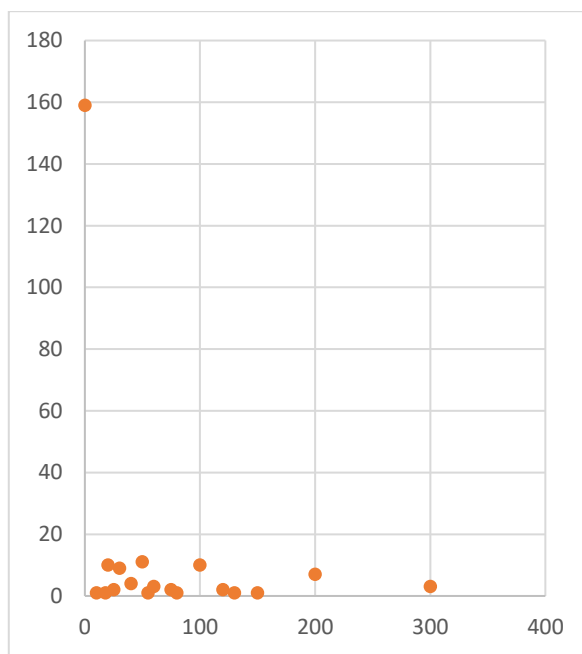
Graf 17: Tarify v cenové hladině nad 300 Kč bez DPH s neomezenou hlasovou službou nabídkou volných dat
Zdroj: ČTÚ, 2022

780
781
782
783

Hlubkový průzkum produktů nabízených ze strany mobilních operátorů na maloobchodním trhu mobilních služeb umožňuje definovat typickou skladbu produktu síťových operátorů a virtuálních operátorů z pohledu hlasových služeb, služeb SMS a služeb internetu v mobilu.

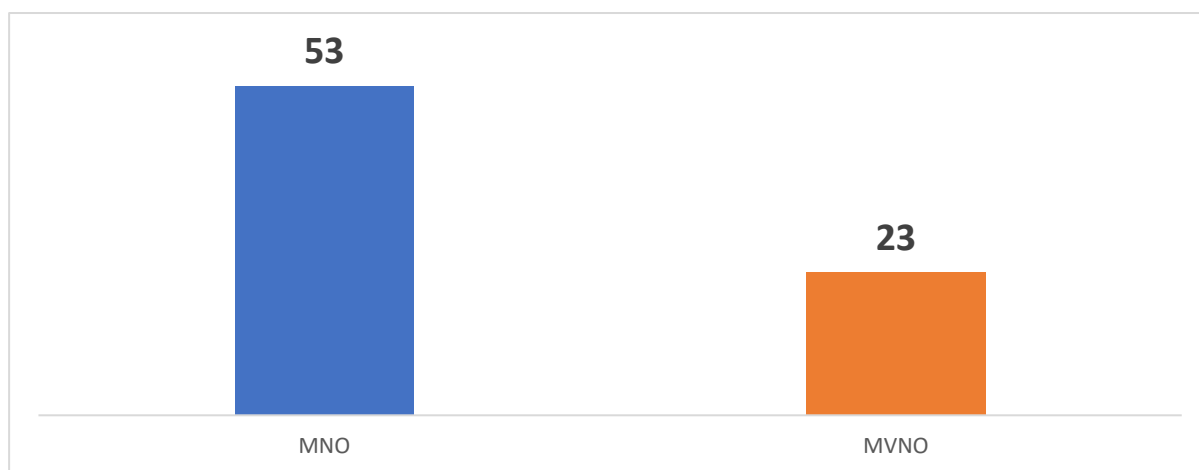


Graf 21: Stratifikace produktů síťových operátorů z hlediska počtu volných SMS (tarify bez neomezené služby SMS)
Zdroj: ČTÚ, 2022



Graf 22: Stratifikace produktů virtuálních operátorů z hlediska počtu volných SMS (tarify bez neomezené služby SMS)
Zdroj: ČTÚ, 2022

792



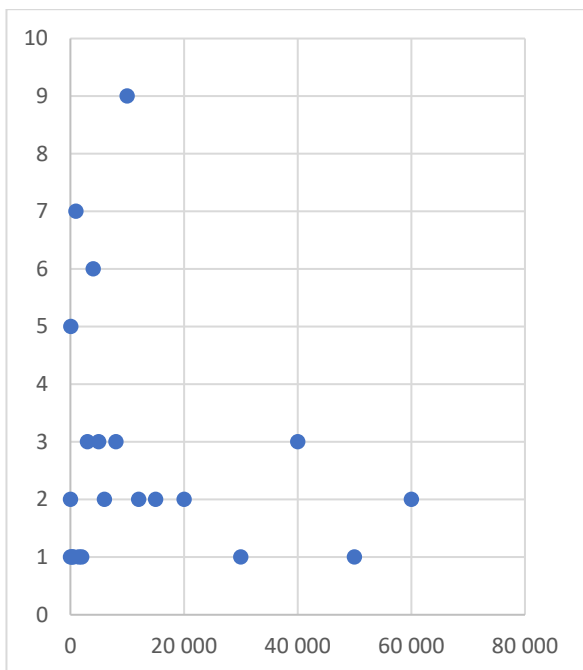
793

794
795

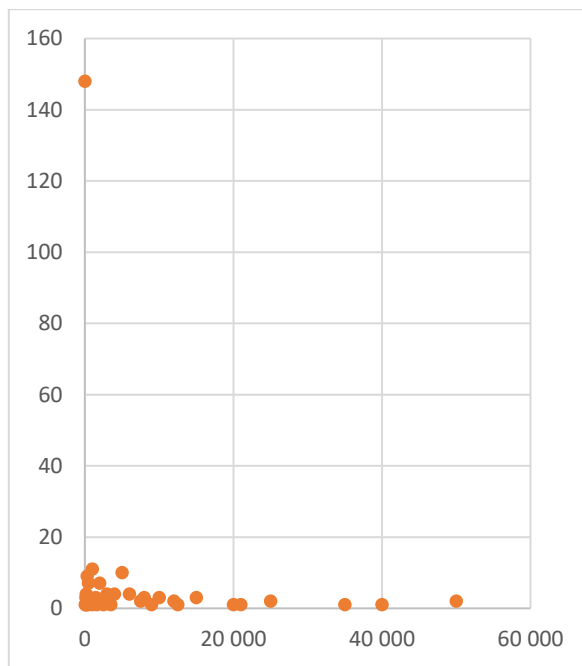
Graf 23: Tarify s neomezenou službou SMS
Zdroj: ČTÚ, 2022

796 Paritu nabídky mezi virtuálními a síťovými operátory nenacházíme ani v případě služby
797 SMS. Neomezenou hlasovou službu nabízí až 63 % mapovaných produktů síťových operátorů
798 a pouze 9 % produktů virtuálních operátorů.

799 Produkty síťových operátorů jsou charakteristické štědrá nabídkou volných mobilních
800 dat. Produkty virtuálních operátorů nabídkou internetu v mobilu ani zdaleka nestačí na
801 produkty síťových operátorů. Neomezenou nabídku internetu v mobilu nabízí až 31 %
802 mapovaných produktů síťových operátorů a žádný z mapovaných produktů virtuálních
803 operátorů.



Graf 24: Stratifikace produktů síťových operátorů z hlediska počtu volných dat v MB (tarify bez neomezené nabídky volných dat)
Zdroj: ČTÚ, 2022



Graf 25: Stratifikace produktů virtuálních operátorů z hlediska počtu volných dat v MB (tarify bez neomezené nabídky volných dat)
Zdroj: ČTÚ, 2022

804



Graf 26: Tarify s neomezenou nabídkou volných dat
Zdroj: ČTÚ, 2022

805
806
807

808 Rozdíly, které srovnání skladby produktů síťových operátorů a virtuálních operátorů
809 ukázalo, jsou významné. Produkty virtuálních operátorů obsahují v průměru o 83 % méně
810 hlasové služby, měřené počtem volných minut, také o 85 % méně služby SMS, měřené počtem
811 volných zpráv SMS a až o 99 % méně volných dat než produkty síťových operátorů.

812 Z pohledu logiky prokázaných rozdílů ve skladbě produktů síťových operátorů a
813 virtuálních operátorů je důležité definovat způsob a formu stanovení ceny jednotlivých typů
814 mobilních služeb. Základem pro stanovení ceny mobilních služeb z pohledu síťových
815 operátorů jsou převážně fixní náklady, které zásadně nerostou s navyšováním objemu
816 nabízených služeb, avšak agregátní jsou oproti nákladům virtuálních operátorů zásadně vyšší.
817 Z pohledu virtuálních operátorů jsou základem pro stanovení ceny mobilních služeb převážně
818 variabilní náklady, které rostou každou navýšenou jednotkou objemu nabízených mobilních
819 služeb, avšak agregátní jsou oproti nákladům síťových operátorů zásadně nižší.

820 Pro síťové operátory je tedy důležité zvyšovat efektivní poptávku, díky čemuž dokáží
821 dosahovat úspor z rozsahu a pro virtuální operátory je zásadní dosahovat kladného

822 provozního výsledku z hospodářské činnosti na každou jednotku nabízeného objemu
823 mobilních služeb.

824 Uvedené dokazuje i samotný výpočet replikovatelnosti produktů síťových operátorů ze
825 strany virtuálních operátorů. Princip výpočtu replikovatelnosti spočívá ve srovnání
826 velkoobchodních plateb za průměrnou spotřebu zákazníků síťových operátorů s cenami
827 jednotlivých maloobchodních produktů síťových operátorů. Schematické vyjádření pro výpočet
828 replikovatelnosti je následující:

$$829 \quad \sum_{i=1}^3 RAC_i \times WP_i < RRP$$

830 kde:

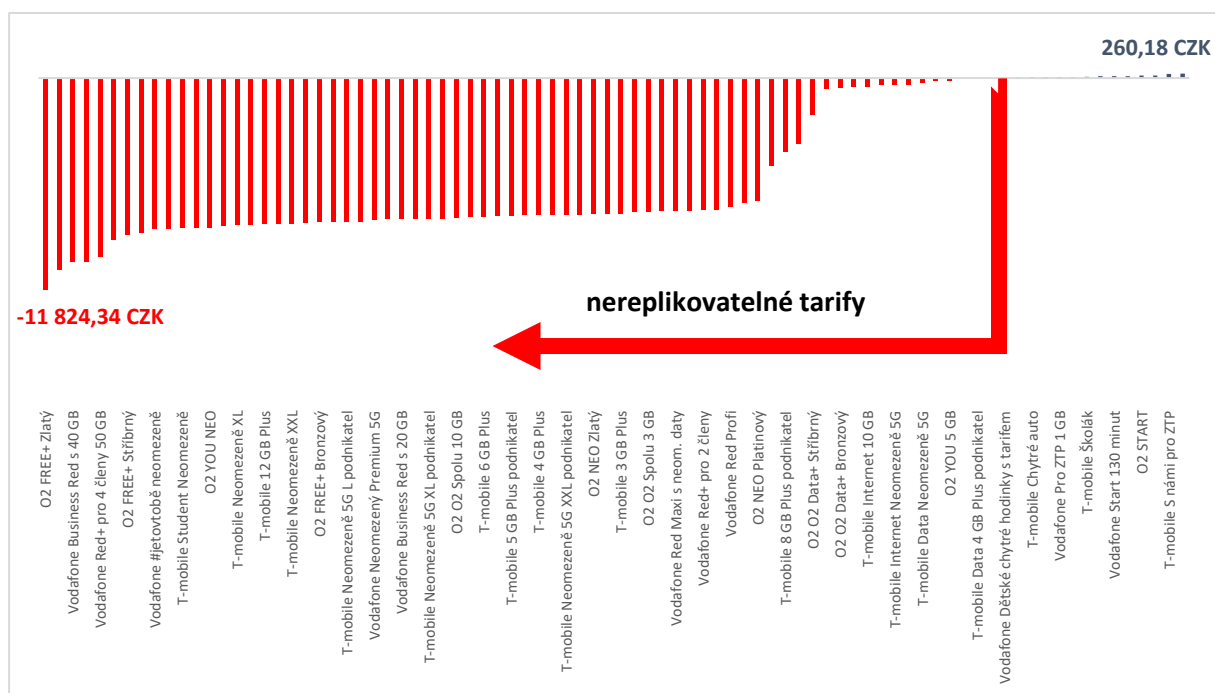
831 i = hlas, SMS, data

832 RAC = maloobchodní průměrná spotřeba v tarifech jednotlivých síťových operátorů

833 WP = jednotková velkoobchodní cena mobilní služby

834 RRP = maloobchodní cena produktu síťového operátora

835



836
837
838

Graf 27: Replikovatelnost produktů síťových operátorů ze strany virtuálních operátorů
Zdroj: ČTÚ, 2022

839 Analýza replikovatelnosti, podpořená výše uvedeným výpočtem ukazuje, že ze strany
840 MVNO nelze replikovat až 84 % produktů MNO. MVNO nejsou reálně schopni replikovat
841 produkty s objemem hlasové služby větším než 250 volných minut a s více než 1000 MB
842 volných mobilních dat. Jedná se o zhoršení již tak dost špatné situace v porovnání se závěry
843 hloubkového průzkumu produktů z roku 2021, kdy ČTÚ identifikoval jako nereplikovatelných
844 82 % produktů síťových operátorů.

845 Jako replikovatelné byly zjištěny pouze tarify MNO uvedené níže, které, jak je z tabulky
 846 zřejmé, jsou určeny pro zákazníky s velmi nízkou spotřebou (zejména dat) jako jsou senioři
 847 nebo školáci, anebo se jedná o specifické tarify pro vybraná zařízení jako jsou chytré hodinky
 848 nebo telematické zařízení v automobilu. Hrubá marže, která zůstává po odečtení
 849 velkoobchodních nákladů MVNO, dle názoru ČTÚ nepostačuje na financování aktivit
 850 marketingu a prodeje uvedených tarifů. Samotné tarify jsou zároveň tak málo zákaznický
 851 atraktivní nebo zákaznický specifické, že je velmi malá pravděpodobnost jejich masového
 852 úspěšného prodeje i při vysokých investicích do marketingu.

Operátor	Název tarifu	Cena v Kč bez DPH	Volné minuty	Volné SMS	Volná data (MB)	Rozdíl mezi replikovatelnou cenou a tržní cenou v Kč bez DPH
Vodafone	Vodafone Dětské chytré hodinky s tarifem	85,12	100	0	250	23,79
Vodafone	Vodafone Business Mini	50,41	20	0	0	42,42
T-Mobile	T-mobile Chytré auto	51,24	0	0	50	46,96
Vodafone	Vodafone 60+ pro důchodce	247,11	250	0	1 000	61,71
Vodafone	Vodafone Pro ZTP 1 GB	247,11	250	0	1 000	61,71
Vodafone	Vodafone Start 250 min.+neom. SMS	247,11	250	0	1 000	61,71
T-Mobile	T-mobile Školák	81,82	0	0	10	80,96
T-Mobile	T-mobile 50 síť nesít pro seniory	123,14	50	0	0	103,16
Vodafone	Vodafone Start 130 minut	247,11	130	0	1 000	109,66
O2	O2 Můj první tarif	247,11	120	0	1 000	113,66
O2	O2 START	164,46	60	0	50	136,21
Vodafone	Vodafone Start 250 minut	329,75	250	0	1 000	144,36
T-Mobile	T-mobile S námi pro ZTP	230,58	0	0	50	226,30
O2	O2 FREE Mini	288,43	60	0	50	260,18

853 Tabulka 1: Replikovatelné tarify síťových operátorů
 854 Zdroj: Ceníky, 2022

855 Potvrzením špatné situace s replikovatelností tarifů MNO je také dotazníkový průzkum,
 856 který ČTÚ realizoval u MVNO ve dnech 22.4.2022 až 2.5.2022. Oslovené subjekty měly, mimo
 857 jiné, uvést také seznam top 5 tarifů mobilních služeb, z jejich pohledu zákaznický
 858 nejzajímavějších, nabízených v současnosti ze strany MNO na maloobchodním trhu, které
 859 nemůžou na maloobchodním trhu nabízet, např. z finančních důvodů nebo proto, že jim jejich
 860 poskytovatel velkoobchodních služeb (nebo jiní poskytovatelé) nenabídl odpovídající
 861 velkoobchodní produkt apod.

862 Respondenti dotazníku uvedli celkem 32 typů tarifů, z nichž 21 tarifů obsahuje
 863 neomezenou hlasovou službu, 21 tarifů obsahuje neomezenou službu SMS a 16 tarifů
 864 obsahuje neomezenou nabídku volných dat. Podstata vyslovených požadavků na optimální
 865 složení tarifů vychází z aktuálního cenového vývoje.

Tarif č.	Volné minuty	Volné SMS	Volná data (MB)	Rychlost přenosu volných dat (v Mb/s)
1	130	Neomezený	5 120	600 Mb/s
2	150	150	4 096	25 Mb/s
3	Neomezený	Neomezený	Neomezený	2 Mb/s
4	Neomezený	Neomezený	Neomezený	10 Mb/s
5	bez preference	bez preference	Neomezený	10 Mb/s
6	Neomezený	Neomezený	2,5 GB	bez preference
7	Neomezený	Neomezený	Neomezený	10 Mb/s
8	Neomezený	Neomezený	Neomezený	5 Mb/s
9	Neomezený	Neomezený	Neomezený	5G
10	Neomezený	Neomezený	Neomezený	5G
11	Neomezený	neomezený	Neomezený	5G
12	Neomezený	neomezený	Neomezený	5G
13	Neomezený	neomezený	Neomezený	5G
14	Neomezený	neomezený	Neomezeně	2 Mb/s
15	150 min	150 SMS	4 GB	5G
16	Neomezený	neomezený	1 GB	5G
17	Neomezený	neomezený	1,5 GB	5G
18	Neomezený	neomezený	3 GB	5G
19	Neomezený	neomezený	Neomezený	5G
20	0	0	účtováno po KB	20 Mb/s
21	Neomezený	neomezený	Neomezený	po stažení 15 GB max. rychlost 10 Mb/s
22	bez preference	bez preference	Neomezený	bez preference
23	60	30	1 500	bez preference
24	60	30	10 000	bez preference
25	400	400	30 000	bez preference
26	150	150	4 000	bez preference
27	150	150	10 000	bez preference
28	Neomezený	neomezený	8 GB	není popis
29	Neomezený	neomezený	3 GB	není popis
30	Neomezený	neomezený	Neomezený	po stažení 15 GB max. rychlost 10 Mb/s
31	100	25	3 GB	bez preference
32	neomezený v ČR	neomezený v ČR	ČR neomezeně EU 30 GB	10 Mb/s

866
867

Tabulka 2: Tarify navržené oslovenými virtuálními operátory v rámci průzkumu
Zdroj: dotazník ČTÚ

868 Pro zvýšení přesnosti realizoval ČTÚ také test replikovatelnosti s velkoobchodními
869 cenami jednotlivých MNO, ve 2 alternativách – 1) pro všechny analyzované tarify a 2) jenom
870 pro jenom tarify příslušného MNO. Byly zjištěny následující výsledky:

871 O2:

- 872 • všechny analyzované tarify: 83 % nereplikovatelné;
- 873 • jenom tarify O2: 88 % nereplikovatelné.

874 T-Mobile:

- 875 • všechny analyzované tarify: 88 % nereplikovatelné;
- 876 • jenom tarify T-Mobile: 82 % nereplikovatelné.

877 Vodafone:

- 878 • všechny analyzované tarify: 80 % nereplikovatelné;
- 879 • jenom tarify Vodafone: 85 % nereplikovatelné.

880 ČTÚ se také při analýze replikovatelnosti tarifů MNO zaměřil na posouzení, jakou
881 replikovatelnost tarifů MNO jsou schopni dosáhnout MVNO, kteří jsou majetkově propojení
882 s MNO. V analýze byly aplikovány velkoobchodní jednotkové ceny příslušných MVNO a byla
883 analyzována replikovatelnost tarifů všech MNO a také replikovatelnost tarifů jenom příslušného
884 hostujícího MNO. Výsledek analýzy je možno shrnout následovně:

885 COOP Mobil s.r.o.

- 886 • celková replikovatelnost: 76 % nereplikovatelné;
- 887 • replikovatelnost tarifů hostujícího MNO: 74 % nereplikovatelné.

888 O2 Family s.r.o.

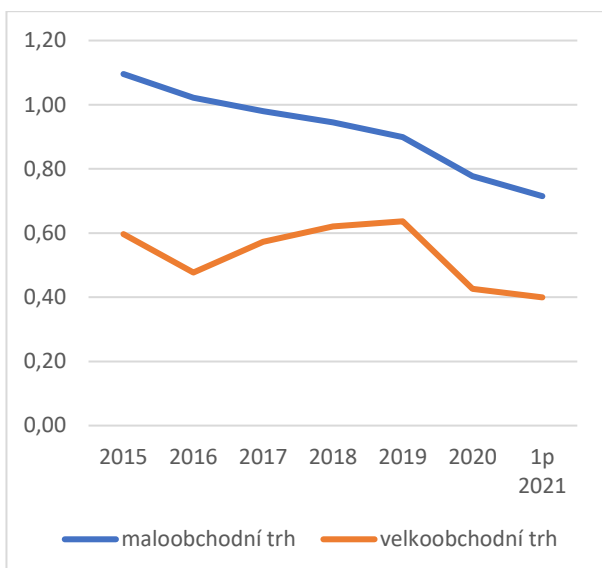
- 889 • celková replikovatelnost: 83 % nereplikovatelné;
- 890 • replikovatelnost tarifů hostujícího MNO: 88 % nereplikovatelné.

891 Tesco Mobile s.r.o.

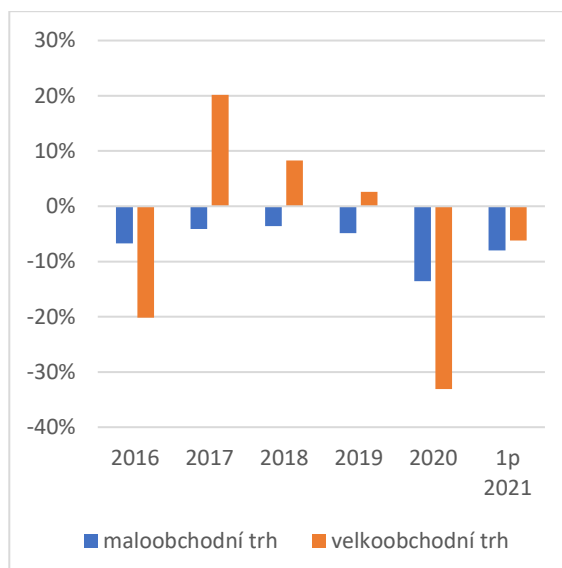
- 892 • celková replikovatelnost: 79 % nereplikovatelné;
- 893 • replikovatelnost tarifů hostujícího MNO: 83 % nereplikovatelné.

894 Z výše uvedeného je zřejmé, že ačkoli je celková replikovatelnost tarifů MNO u MVNO
895 majetkově propojených s MNO lepší než průměrná replikovatelnost u všech MVNO, je stále
896 velmi nízká. V případě replikovatelnosti tarifů hostujícího MNO je u 2 ze 3 MNO
897 replikovatelnost také lepší než průměr. Nejhorší replikovatelnost dosáhl MVNO, který kromě
898 majetkového propojení sdílí s hostujícím MNO také značku (O2 Family). O2 Family také
899 dosáhl největšího rozdílu mezi replikovatelností tarifů hostujícího MNO (88 % tarifů
900 nereplikovatelných) a všech 3 MNO (83 % tarifů nereplikovatelných).

901 Z pohledu statistických dat je důležité poukázat na fakt, že u signifikantní části
902 maloobchodního a velkoobchodního trhu dochází k rozdílné dynamice vývoje cen, což má
903 významný vliv na konkurenční pozici tržních subjektů z pohledu atraktivnosti jejich produktů
904 pro koncové zákazníky. Signifikantní část trhu je tvořena třemi subjekty, které reprezentují až
905 92 % nabídky maloobchodního trhu a 99,8 % nabídky velkoobchodního trhu.

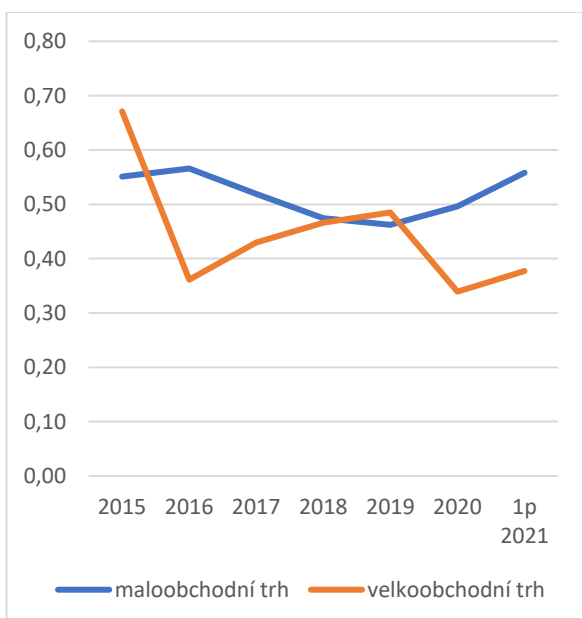


Graf 28: Vývoj velkoobchodní a maloobchodní ceny za 1 minutu hlasové služby v Kč
Zdroj: ČTÚ, 2022

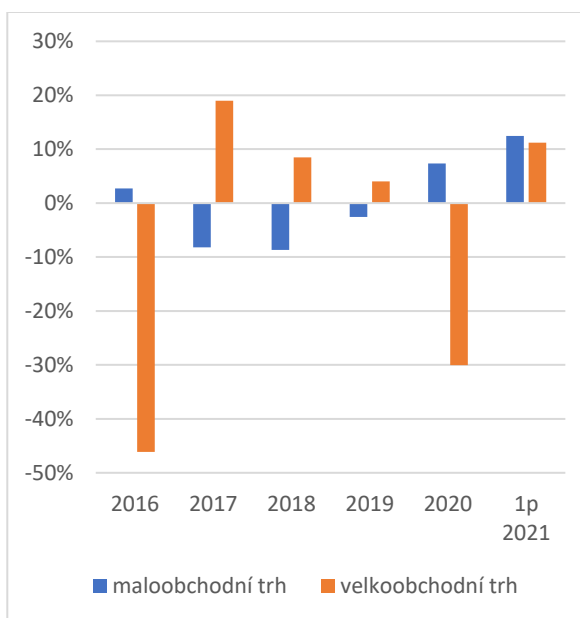


Graf 29: Meziroční změna velkoobchodní a maloobchodní ceny za 1 minutu hlasové služby v %
Zdroj: ČTÚ, 2022

906

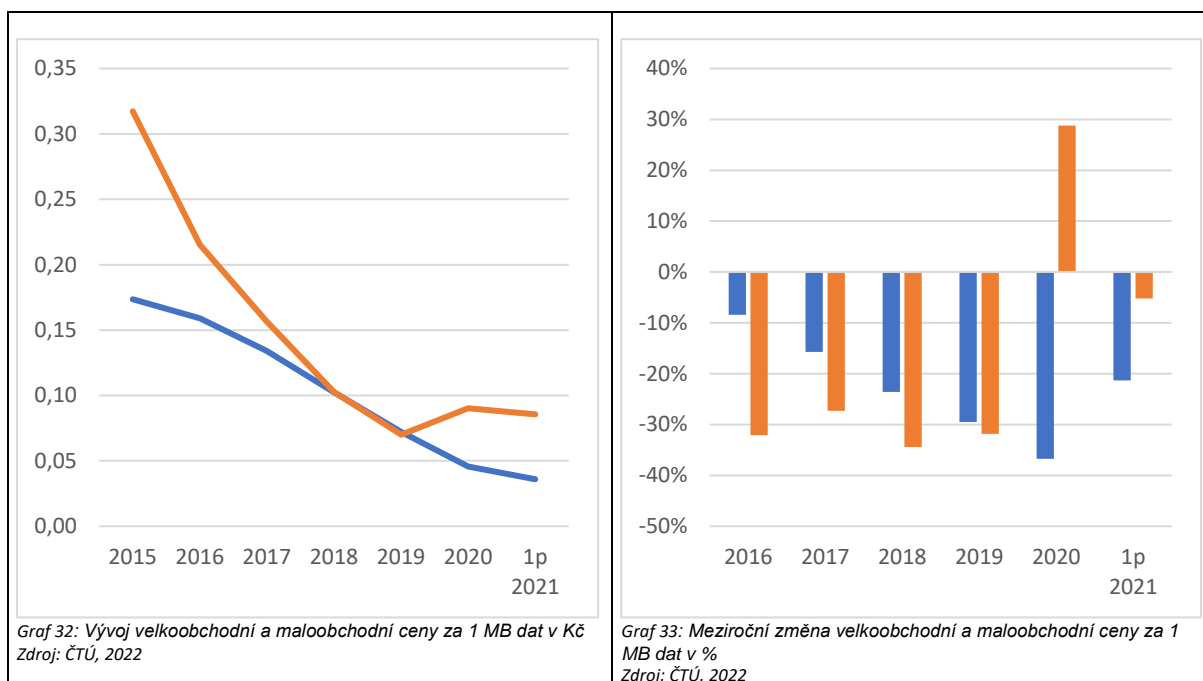


Graf 30: Vývoj velkoobchodní a maloobchodní ceny za 1 SMS v Kč
Zdroj: ČTÚ, 2022



Graf 31: Meziroční změna velkoobchodní a maloobchodní ceny za 1 SMS v %
Zdroj: ČTÚ, 2022

907



908 Maloobchodní cena hlasové služby kontinuálně klesá, avšak velkoobchodní cena se
 909 vyvíjí nerovnoměrně a následuje pokles maloobchodní ceny s významným zpožděním. Vývoj
 910 maloobchodní a velkoobchodní ceny za SMS je nerovnoměrný, avšak zajišťuje pro virtuální
 911 operátory prostor pro tvoření jednotkové přidané hodnoty. Kritický je však vývoj velkoobchodní
 912 ceny mobilních dat, která je řádově vyšší než jejich maloobchodní cena, což znemožňuje
 913 virtuálním operátorům postavit na trh konkurenceschopné tarify s potenciálem efektivně
 914 soutěžit na maloobchodním trhu o koncového zákazníka a tím efektivně přispívat ke zvyšování
 915 konkurence na maloobchodním trhu mobilních služeb.

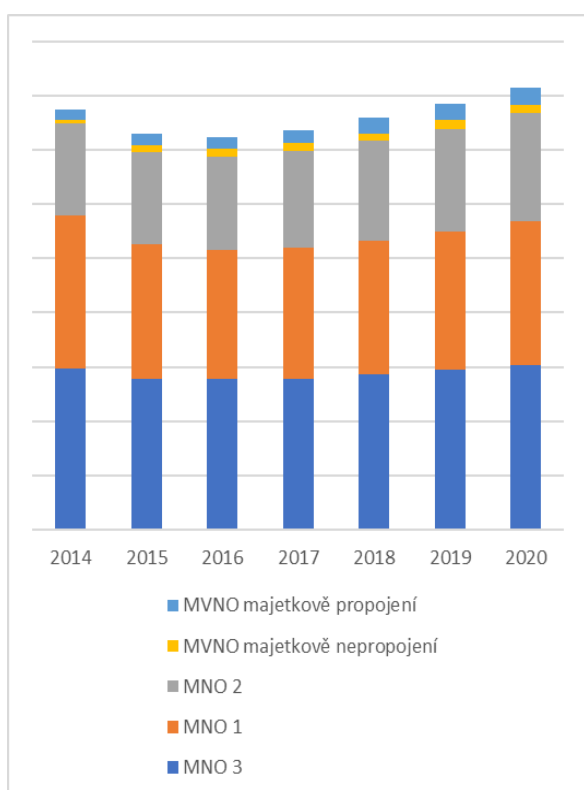
916 **C.7 Test tacitní koluze na maloobchodním a velkoobchodním trhu prostřednictvím**
 917 **aplikace teorie her**

918 **Situace na maloobchodním trhu**

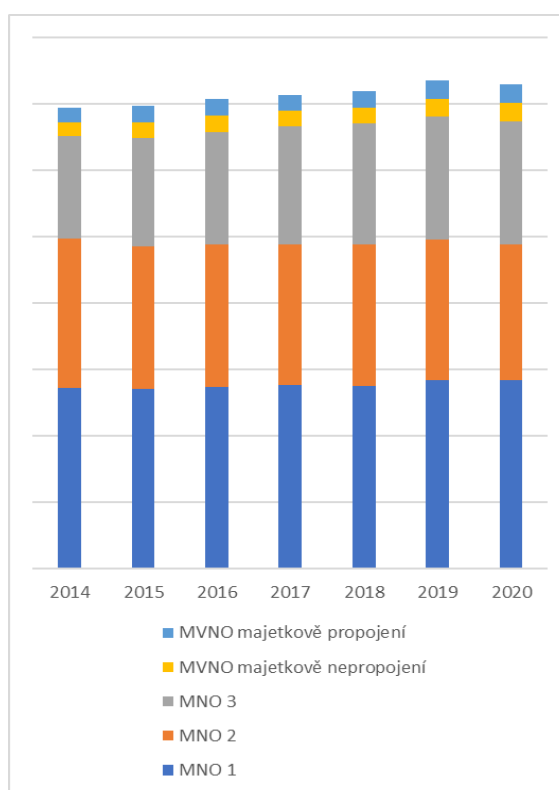
919 Trh mobilních služeb v ČR je charakteristický svojí koncentrovanou oligopolní
 920 strukturou. Zjednodušeně řečeno jde o situaci, kdy tři síťoví mobilní operátoři drží většinu
 921 nabídky mobilních služeb. Jedná se tedy o formu nedokonalé konkurence na trhu mobilních
 922 služeb, která ústí do snižování účinnosti tržního mechanismu při tvorbě rovnovážné ceny na
 923 trhu mobilních služeb.

924 Zkoumání míry dosahované neefektivity tržní hospodářské soutěže při poskytování
 925 mobilních služeb má několik aspektů. Konkrétně jde o analýzu tržní koncentrace, zkoumání
 926 míry diferenciací nabídky mobilních služeb a identifikace bariér vstupu na trh.

927 Tržní koncentraci zkoumáme ze dvou hledisek, konkrétně z hlediska tržeb za mobilní
 928 služby a z hlediska počtu SIM karet. Tržby za mobilní služby zahrnují tržby za hlasovou službu,
 929 službu SMS a tržby za mobilní datové služby. Do celkového počtu SIM karet zahrnujeme
 930 všechny aktivní SIM karty, registrované u síťového nebo virtuálního mobilního operátora.



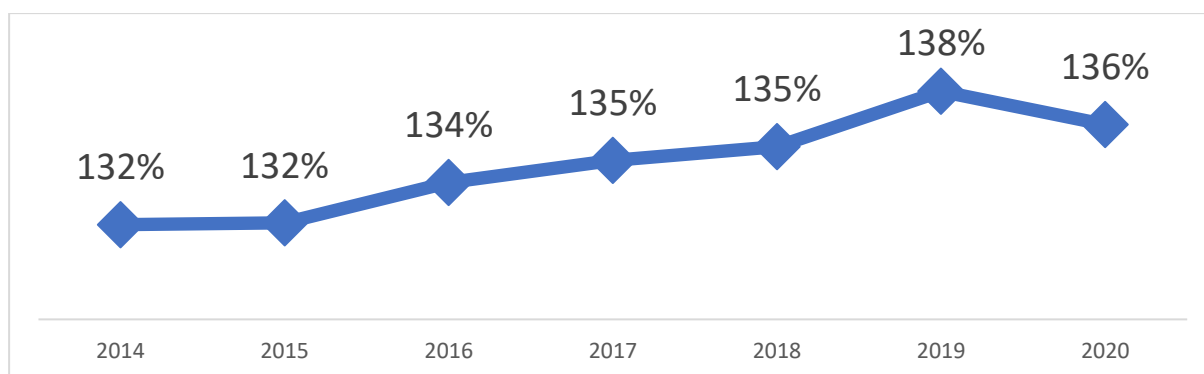
Graf 34: Tržby za mobilní služby v Kč
Zdroj: ČTÚ, 2021



Graf 35: Aktivní SIM karty v kusech
Zdroj: ČTÚ, 2021

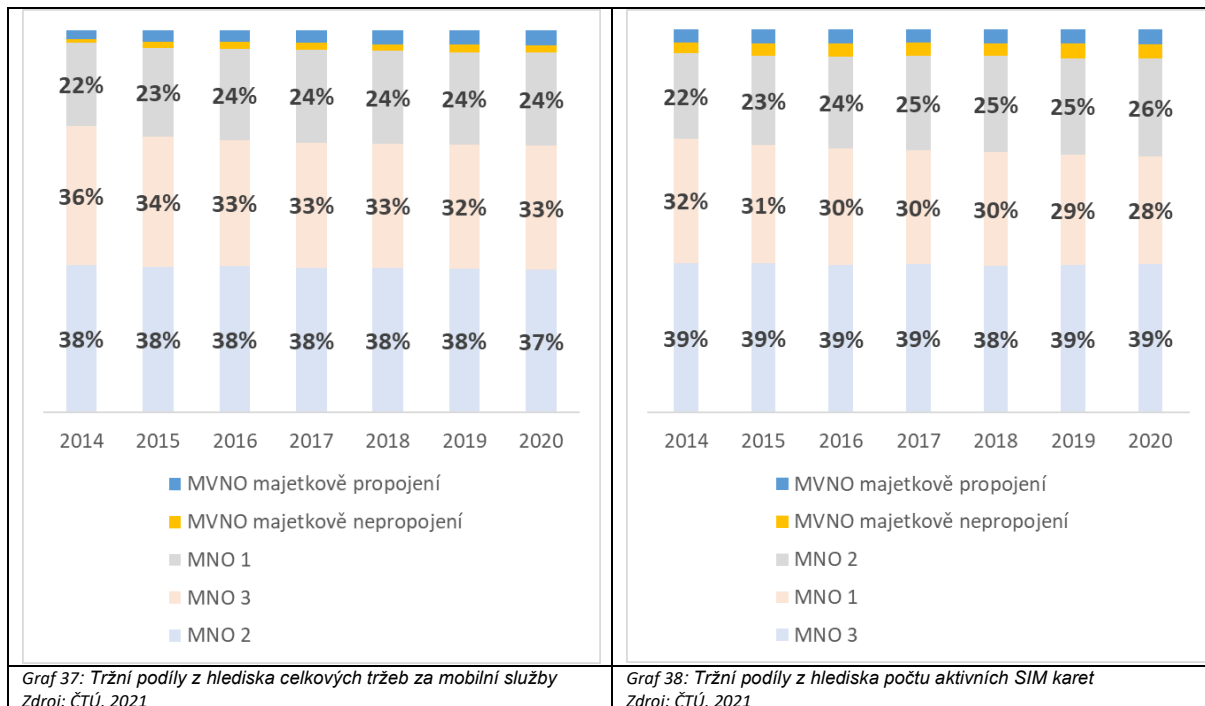
931 V letech 2014–2016 objem tržeb za mobilní služby klesal i přes stoupající počet
932 aktivních SIM karet. V letech 2017–2020 tržby za mobilní služby opět stoupaly a úroveň roku
933 2014 dosáhly v roce 2019. V roce 2020 tržby za mobilní služby dosáhly úrovně 40,8 miliard
934 Kč, tedy oproti roku 2014 stouply o 5,3 %, zatímco počet aktivních SIM karet oproti roku 2014
935 stoupl o 5 %. V roce 2020 tak poprvé od roku 2014 činily tržby za mobilní služby na jednu
936 aktivní SIM kartu více, než byla hodnota v roce 2014.

937 Penetrace aktivních SIM karet v ČR stabilně dosahuje více než 130 %. Růstová
938 trajektorie počtu aktivních SIM karet v poměru ke střednímu počtu obyvatel se přerušila v roce
939 2020. I přes snížení penetrace v roce 2020 platí, že zvyšující se intenzita využívání mobilních
940 služeb znamená pro mobilní operátory na českém trhu zásadní příležitost k dlouhodobému a
941 udržitelnému růstu.



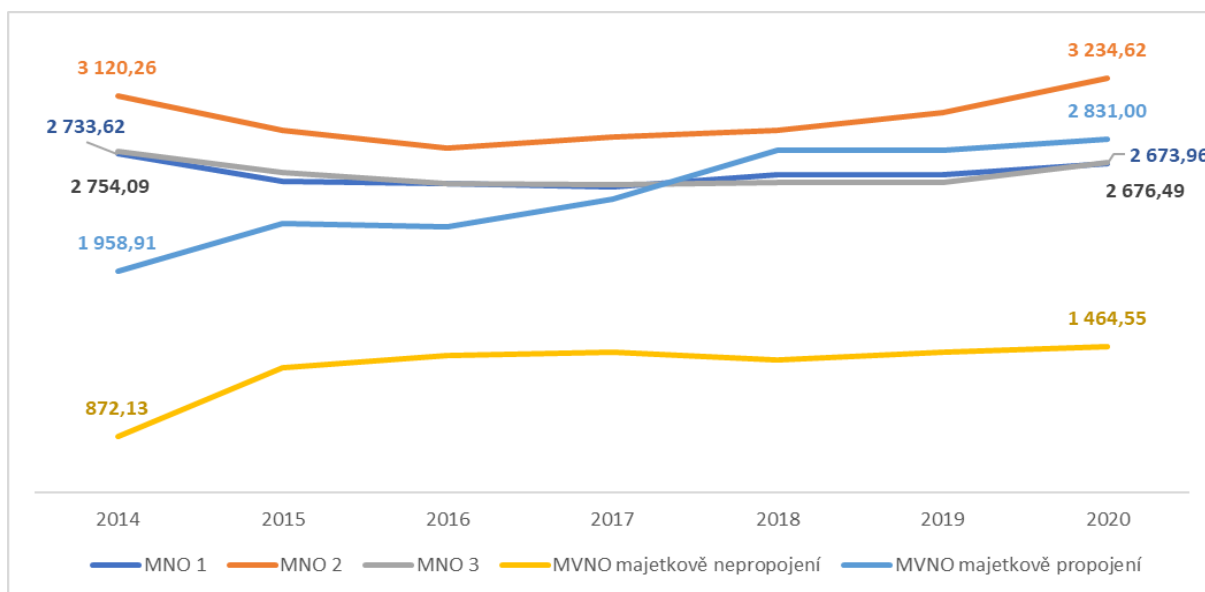
Graf 36: Penetrace aktivních SIM karet v ČR
Zdroj: ČTÚ, Český statistický úřad, 2021

945 Z vysoké penetrace aktivních SIM karet na českém trhu mobilních služeb však reálně
946 profitují jen mobilní síťoví operátoři. Virtuální operátoři mají jen marginální tržní význam.



948 Tržní podíly síťových mobilních operátorů jsou ve středním období stabilní jak z
 949 pohledu celkových tržeb za mobilní služby, tak z pohledu počtu aktivních SIM karet. Síťoví
 950 operátoři dosahují až 94 % objemu celkových tržeb a 92 % z celkového počtu aktivních SIM
 951 karet na trhu mobilních služeb.

952 Porovnání tržních podílů síťových mobilních operátorů z výše uvedených pohledů
 953 ukazuje, že nejvyšší tržby na jednu aktivní SIM kartu dosahuje [redacted]. Suverénně nejnižší
 954 tržby na jednu aktivní SIM kartu dosahují majetkově nepropojení virtuální operátoři. Majetkově
 955 propojení virtuální operátoři dosahují vyšších tržeb na jednu aktivní SIM kartu než [redacted] a
 956 [redacted] jen z důvodu [redacted].
 957 [redacted].



*Graf 39: Tržby přepočtené na 1 aktivní SIM kartu v Kč/rok
Zdroj: ČTÚ, 2021*

961 Rozdílné tržby na jednu aktivní SIM kartu v rámci mobilních operátorů jsou
 962 dosahovány z důvodu kvalitativní modifikace nabízených služeb stejné povahy a účelu.
 963 Diferenciace spočívá v parametrech nabízených služeb, konkrétně ve fyzických objemech
 964 nabízených služeb a v jejich kvalitativních parametrech.

	Počet produktů	Průměrný počet volných minut	Průměrný počet volných SMS	Průměrný počet volných dat v GB	Podporované technologie přenosu dat
T-Mobile Czech Republic a.s.	33	606 084	575 757	397	4G, LTE, 5G
O2 Czech Republic a.s.	24	666 681	624 999	299	4G, LTE, 5G
Vodafone Czech Republic a.s.	27	703 749	703 703	234	4G, LTE, 5G
Virtuální operátoři	91	120 944	109 902	3	4G, LTE, 5G

965 Tabulka 3: Kvantitativní a kvalitativní parametry nabízených produktů mobilních služeb (sběr dat v březnu 2022)
 966 Zdroj: webové stránky operátorů

967 Výsledky sběru dat o produktech mobilních služeb ukazují, že produkty síťových
 968 operátorů a produkty virtuálních operátorů (mimo O2 Family) jsou, v rámci vymezených hranic
 969 mezi síťovými a virtuálními operátory, podobné. Produkty síťových operátorů z kvantitativního
 970 hlediska obsahují mnohem větší fyzické objemy volných jednotek spotřeby a z kvalitativního
 971 hlediska umožňují řádově vyšší rychlosti přenosu mobilních dat, než je tomu v případě
 972 virtuálních operátorů.

973 Na potvrzení výsledků výpočtů tržních podílů je třeba přistoupit k výpočtu tzv.
 974 Herfindahlova indexu, který představuje nástroj pro měření konkurence v určitém odvětví a je
 975 definován jako suma čtverců tržních podílů všech firem na trhu. Jako takový může nabývat
 976 hodnot od 0 do 1, pohybujíc se od velkého množství malých firem (hodnota blízká 0) až po
 977 monopol (hodnota blízká 1).

	2016	2017	2018	2019	2020
Herfindahlův index počtu aktivních SIM-karet	0,300	0,301	0,299	0,297	0,296
Herfindahlův index celkových tržeb za mobilní služby	0,312	0,310	0,308	0,306	0,305

978 Tabulka 4: Herfindahlův index pro relevantní maloobchodní trh mobilních služeb
 979 Zdroj: ČTÚ, 2021

980 Výpočet Herfindahlova indexu na základě dvou různých ukazatelů tržní síly
 981 jednoznačně prokázalo, že v každém sledovaném roce a v každém sledovaném tržním
 982 ukazateli nabývá hodnoty vyšší než 0,18, což znamená, že relevantní maloobchodní trh
 983 dosahuje velmi vysokou (oligopolní) tržní koncentraci, a to minimálně od roku 2014.

984 Vysoká míra koncentrace trhu mobilních služeb je výsledkem existence signifikantních
 985 bariér vstupu dalšího plnohodnotného MNO na trh. Konkrétně jde o vysokou investiční
 986 náročnost vstupu na trh, kdy vybudování celoplošné mobilní sítě představuje investice v řádu
 987 desítek miliard korun. S vysokými vstupními investicemi souvisí potřeba akvizice kritické masy
 988 zákazníků (předpoklad řádově milionů zákazníků), která je však v situaci velmi vysoké
 989 penetrace mobilních služeb (vysoce přes 100% populace) možná jen akvizicí zákazníků
 990 stávajících operátorů, což představuje další zásadní bariéru úspěšného vstupu na trh.

991 Naprosto klíčová z pohledu bariér pro vstup dalšího síťového operátora je ale
 992 dostupnost kmitočtového pásma potřebného pro vybudování mobilní sítě. V rámci poslední
 993 aukce kmitočtového spektra, pořádané na konci roku 2020 nezískal žádný nový operátor
 994 kmitočtové spektrum v pásmu 700 MHz. Veškeré vhodné kmitočty v pásmu pod 1 GHz (pásma

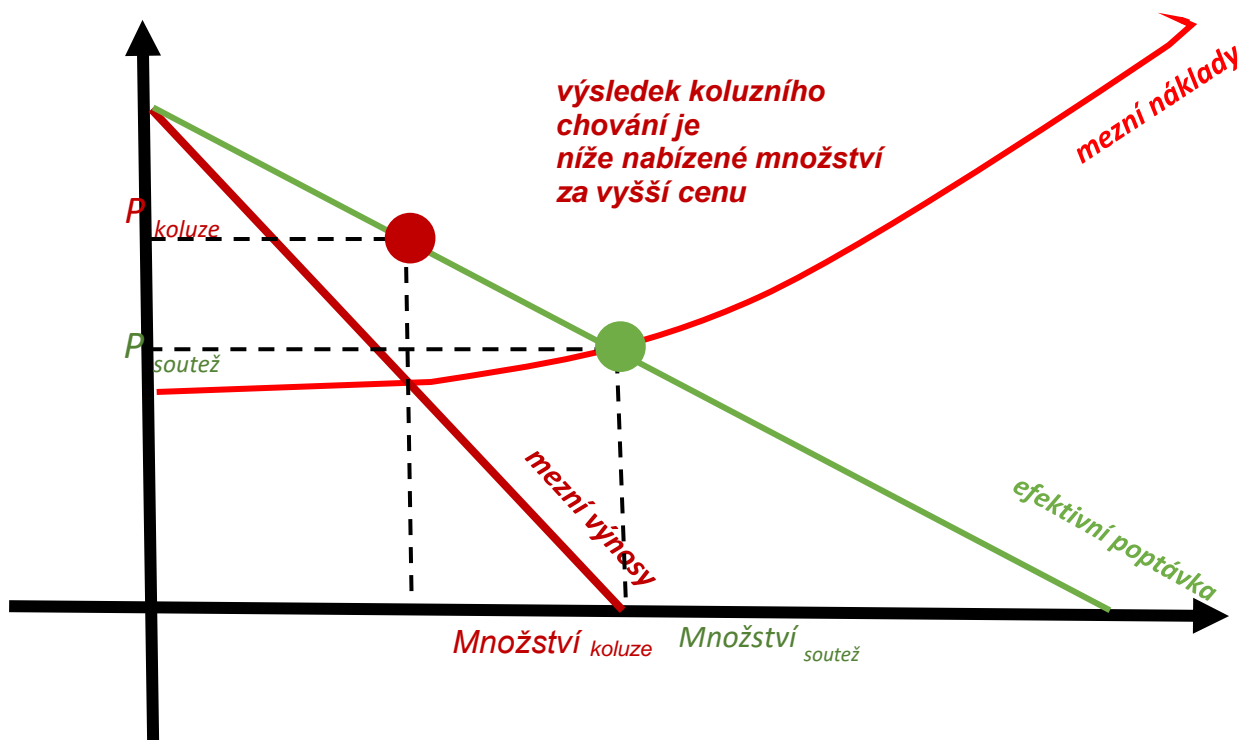
995 700, 800 a 900 MHz) drží stávající síťoví operátoři, přičemž v časovém výhledu minimálně do
996 roku 2024 nebude žádné další vhodné kmitočtové pásmo pod 1 GHz k dispozici.

997 Na základě závěrů výše uvedených analýz je evidentní, že:

- 998 • trh mobilních služeb vykazoval po celé sledované období vysokou cenovou
999 hladinu za mobilní služby v mezinárodním porovnání, jak již bylo prezentováno
1000 v přecházejícím textu této analýzy;
- 1001 • trh mobilních služeb vykazoval po celé sledované období téměř neměnnou
1002 strukturu z hlediska tržních podílů a vysokou míru koncentrace;
- 1003 • diferenciací produktů mezi síťovými operátory a virtuálními operátory spočívá
1004 v parametrech nabízených služeb, konkrétně ve fyzických objemech
1005 nabízených služeb a v jejich kvalitativních parametrech; a
- 1006 • trh mobilních služeb se vyznačuje značnými strukturálními překážkami vstupu
1007 na trh.

1008 Vzhledem k těmto závěrům je evidentní, že v prostředí koncentrovaného oligopolu je
1009 strategií oligopolních tržních subjektů, které tvoří nabídku mobilních služeb, udržení současné
1010 tržní pozice a dosahování optimální ziskovosti. Naplnění této strategie spočívá v dodržení
1011 parity mezi mezním příjmem a mezními náklady. V praxi to znamená, že nabídku mobilních
1012 služeb rozšiřují do doby, než se příjem z poslední jednotky mobilní služby nabízené na trhu
1013 nevyrovná nákladům na její poskytnutí.

1014 Jelikož je v praxi velmi obtížné exaktně určit minimální efektivní hranici mezního příjmu
1015 koncentrovaného oligopolu, vzájemnou závislost mezi mezním příjmem a mezními náklady je
1016 třeba zkoumat využitím teorie her. Dle konceptu teorie her, tato situace může být modelována
1017 jako nekonečně se opakující hra. Každý soutěžitel se rozhodne, kterou strategii zvolí (koluzi či
1018 soutěž) a podle toho získá profit dané strategie.



1019
1020
1021

Obrázek 20: Grafické zobrazení koluzního chování na teoretické úrovni
Zdroj: <https://thismatter.com/economics/oligopoly-game-theory.htm>

1022 Z pohledu modelové situace soutěžitelé mají dvě možnosti – koluzi či soutěž.
 1023 Předpokládáme, že pokud tři soutěžitelé kooperují, dělí si profit symetricky. Vydělají $\frac{\pi^M}{3}$
 1024 (současný zisk)³⁹. Pokud jeden soutěžitel poruší koluzi, získá (maximálně) celý monopolní zisk
 1025 π^M a další dva soutěžitelé nezískají žádný zisk. Pokud jeden ze soutěžitelů poruší koluzi, ve
 1026 všech následujících kolech pozorujeme cenovou válku, kde každý ze soutěžitelů realizuje zisk
 1027 π^W (konkurenční zisk). Tedy, $\pi^M \geq \frac{\pi^M}{3} \geq \pi^W$.⁴⁰

1028 Zdali se soutěžitel rozhodne porušit koluzi, závisí na dvou faktorech, které musí být
 1029 splněny současně:

- 1030 • elasticitě poptávky, kdy pro porušení musí platit $E_d \geq 1$, a
- 1031 • na tom, jak si soutěžitel cení současného oproti budoucímu zisku, tedy na diskontní
 1032 sazbě δ ⁴¹. Předpokládáme, že diskontní sazba je rovna hodnotě WACC.

1033 Výnos ze strategií porovnáváme pomocí „value function analysis“. Obecně víme, že
 1034 zisk ze zvolené strategie se rovná diskontovanému zisku ze všech kol. To znamená, že se
 1035 rovná zisku z prvního kola hry plus diskontovanému zisku ze všech kol následujících.
 1036 Symbolicky vyjádřeno:

$$1037 \quad V_0 = \sum_{t=0}^{\infty} \delta_t \pi_t = \delta_0 \pi_0 + \sum_{t=1}^{\infty} \delta_t \pi_t = \pi_0 + \sum_{t=0}^{\infty} \delta_t \pi_t = \pi_0 + \delta \sum_{t=0}^{\infty} \delta_t \pi_{t+1} = \pi_0 + \delta V_1$$

1038 Uplatňujeme podmínku stacionarity, tj. předpokládáme že v každém kole je
 1039 dosahováno stejného zisku: $V_t = V_{t+1} = V_t$.⁴²

1040 Z výše uvedeného vyplývá, že celkový zisk se v takovém případě rovná zisku
 1041 z jednoho kola děleného obrácenou diskontní mírou: $V = \pi_0 + \delta V \Rightarrow V = \frac{\pi_0}{1-\delta}$

1042 Pokud tedy všichni tři soutěžitelé spolupracují, pak každý z nich celkově vydělá třetinu
 1043 monopolního zisku děleného obrácenou diskontní mírou: $V_i^C = \sum_{t=0}^{\infty} \frac{\pi^M}{3} = \frac{1}{1-\delta} \frac{\pi^M}{3}$.⁴³⁴⁴

1044 Pokud jeden ze soutěžitelů poruší koluzi v daném kole, dosáhne jednorázového zisku
 1045 π^M a cenové války v následujících kolech, tedy celého monopolního zisku v jednom kole a
 1046 konkurenčního zisku ve všech dalších kolech⁴⁵:

$$1047 \quad V_i^D = \pi^M + \sum_{t=1}^{\infty} \delta_t \pi^W = \pi^M + \frac{\delta}{1-\delta} \pi^W$$

1048 Koluze tedy bude stabilní (v ekvilibriu), pokud diskontovaný zisk z koluze je vyšší než
 1049 diskontovaný zisk ze soutěže (monopolní zisk v prvním období a diskontovaný konkurenční
 1050 zisk v dalších obdobích). Dále upravujeme vzorec, abychom určili vztah mezi diskontním
 1051 faktorem a monopolním a soutěžním ziskem, který představuje podmínku ziskovosti koluze⁴⁶.

$$1052 \quad V_i^C \geq V_i^D \Leftrightarrow$$

³⁹ π^M = monopolní zisk

⁴⁰ π^W = konkurenční zisk

⁴¹ δ = diskontní sazba

⁴² https://www.parisschoolofeconomics.eu/docs/chassagnon-arnold/cpqt1_2019.pdf

⁴³ V = celkový zisk ve všech obdobích

⁴⁴ δ = diskontní faktor

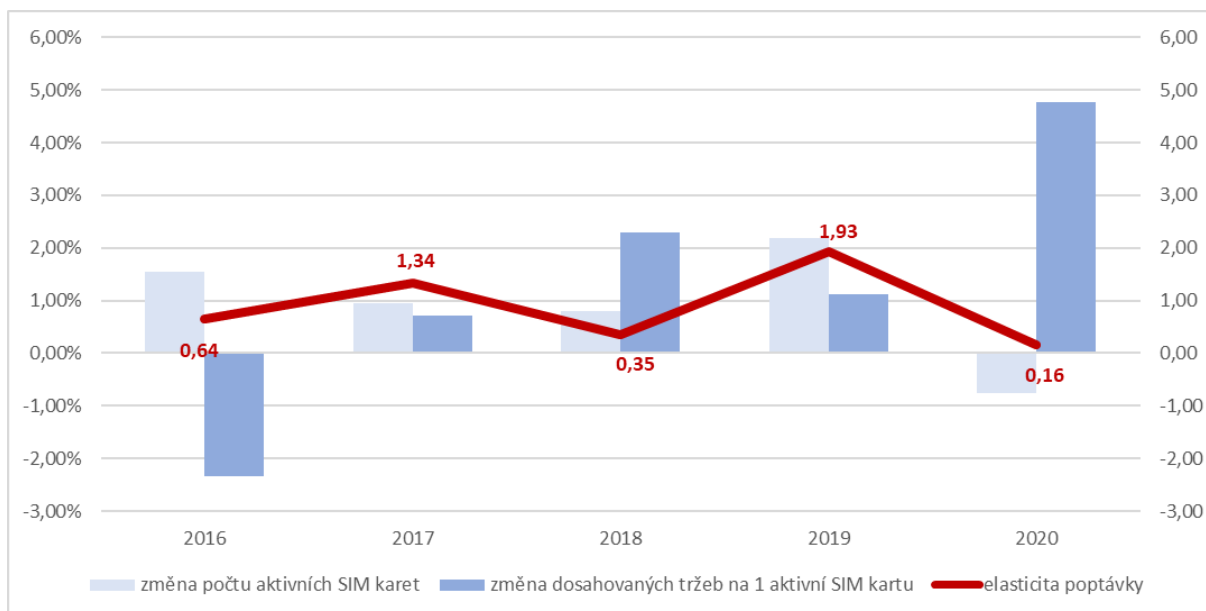
⁴⁵ https://www.parisschoolofeconomics.eu/docs/chassagnon-arnold/cpqt1_2019.pdf

⁴⁶ https://www.parisschoolofeconomics.eu/docs/chassagnon-arnold/cpqt1_2019.pdf

1053
$$\frac{1}{1-\delta} \frac{\pi^M}{3} \geq \pi^M + \frac{\delta}{1-\delta} \pi^W \Leftrightarrow \pi^M \geq 3(1-\delta)\pi^M + 3\delta\pi^W \Leftrightarrow 3\delta(\pi^M - \pi^W) \geq 2\pi^M \Leftrightarrow$$

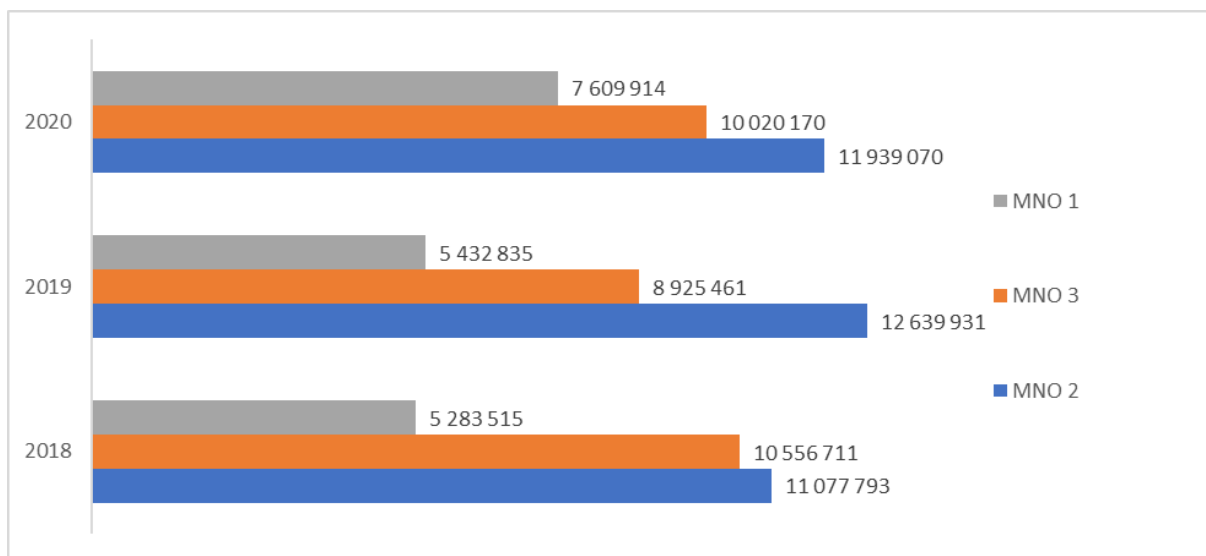
1054
$$\delta \geq \frac{2\pi^M}{3(\pi^M - \pi^W)}$$

1055 Co se týče elasticity poptávky po mobilních službách a jejího vývoje, je konzistentně
 1056 v celém sledovaném období neelastická. V letech 2017 až 2019 dokonce docházelo dokonce
 1057 při zvýšení tržeb na jednu aktivní SIM kartu zároveň také ke zvýšení počtu SIM karet.



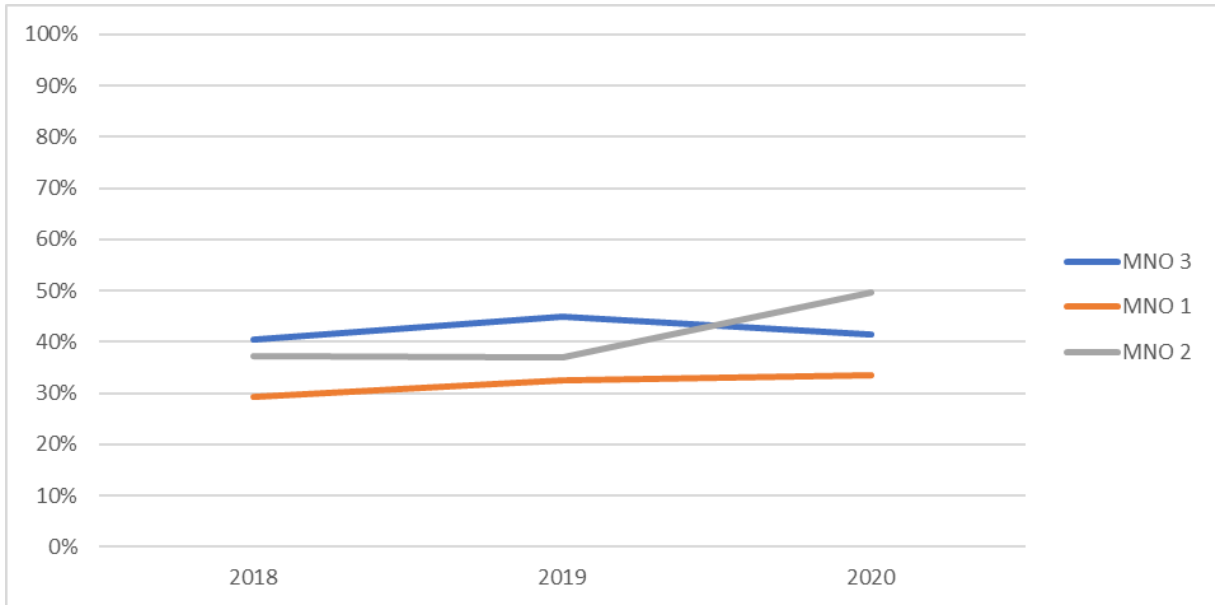
1058 Graf 40: Vývoj elasticity poptávky po mobilních službách
 1059 Zdroj: ČTÚ, 2022
 1060

1061 Průběžné závěry ze zkoumání trhu mobilních služeb prokázaly, že tržní subjekty v
 1062 oligopolním postavení mají stabilní úroveň tržeb za mobilní služby a zisků z jejich poskytování,
 1063 což indikuje, že žádný z oligopolních tržních subjektů nemá zájem významně snižovat cenu
 1064 nabízených mobilních služeb pod úroveň ostatních oligopolních tržních subjektů, tedy žádný
 1065 z oligopolních subjektů nemá tendenci snižovat ceny svých mobilních služeb směrem k úrovni
 1066 svých mezních nákladů.



1067 Graf 41: EBITDA poskytovatelů mobilních služeb v tis. Kč bez DPH
 1068 Zdroj: ČTÚ, 2022
 1069

1070 Výchozím potvrzujícím faktorem tohoto předpokladu je rozložení ziskové marže na trhu
 1071 mobilních služeb. Ukazatel rentabilita tržeb, tzn. zisková marže, vyjadřuje procentuální podíl
 1072 EBITDA na tržbách za prodej zboží, výrobků a služeb. Obecně je tento ukazatel popisován
 1073 jako % podíl zisku na 1 Kč tržeb. Jelikož na vývoj trendu ukazatele má vliv především změna
 1074 ceny (prodejní marže), výše nákladů, výše tržeb a změna struktury prodejního sortimentu,
 1075 konvergence ziskové marže oligopolních subjektů na trhu mobilních služeb znamená
 1076 konsolidaci trhu jak z pohledu kvantitativních, tak i kvalitativních tržních ukazatelů.



1077 Graf 42: Vývoj EBITDA marže síťových operátorů na trhu mobilních služeb
 1078 Zdroj: ČTÚ, 2022
 1079

1080 Vzhledem ke sledovanému období trvalé vysoké ziskovosti všech tří síťových
 1081 operátorů v oblasti mobilních služeb můžeme usuzovat, že jejich motivace ke koluznímu
 1082 chování je také vysoká. Základní podmínkou ziskovosti koluzní strategie pro všechny tři síťové
 1083 operátory je, že jejich vážený průměr nákladů na kapitál (WACC) nesmí přesáhnout
 1084 teoretickou výši obrácené hodnoty diskontního faktoru, kterou přeměňujeme budoucí hodnotu
 1085 přínosů koluze na čistou současnou hodnotu přínosů koluze.

1086 Pokud předpokládáme, že předpokládaný zisk při cenové válce je nulový v důsledku
 1087 snižování cen mobilních služeb na úroveň mezních nákladů, pak dle výše uvedeného vzorce
 1088 platí, že pokud by hodnota diskontního faktoru překročila 66,6 % (tedy 2/3), koluzní strategie
 1089 by přestala být ziskovou. Jinými slovy, pokud by byl vážený průměr nákladů na kapitál vyšší
 1090 než obrácená hodnota diskontního faktoru (tzn. diskontní sazba) bylo by pro oligopolní
 1091 subjekty výhodnější navzájem soutěžit.

1092 Výroční zpráva společnosti T-Mobile za rok 2020 uvádí WACC na úrovni 9,13 %. ČTÚ
 1093 odhaduje, že WACC společnosti O2 a Vodafone k této hodnotě konvergují (v důsledku
 1094 podobných parametrů ziskové marže a srovnatelných úvěrových podmínek pro získání cizího
 1095 kapitálu). Dá se tedy předpokládat, že podmínka výhodnosti koluzní strategie je ze strany
 1096 všech oligopolních subjektů splněna.

1097

Situace na velkoobchodním trhu

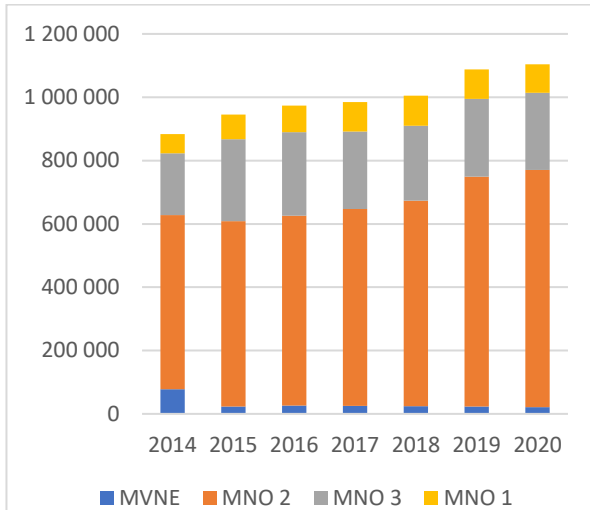
1098

Tvorba velkoobchodní nabídky mobilních služeb je v současnosti bez kvantitativních a kvalitativních omezení, ačkoliv určitá forma regulace na velkoobchodním trhu přítomná je, zejména pokud jde o závazky z aukcí. V podstatě však parametry tvorby velkoobchodní nabídky závisí téměř výhradně na strategii síťových operátorů.

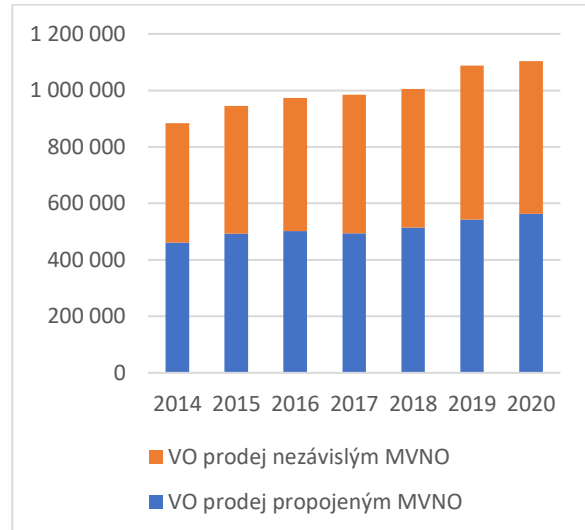
1099

1100

1101



Graf 43: Tvorba velkoobchodní nabídky – počet prodaných SIM karet
Zdroj: ČTÚ, 2022



Graf 44: Použití (skladba) velkoobchodní nabídky z pohledu typu velkoobchodního odběratele – počet prodaných SIM karet
Zdroj: ČTÚ, 2022

1102

Z hlediska použití velkoobchodní nabídky, až 51 % velkoobchodní nabídky SIM karet je prodáváno majetkově propojeným MVNO, tedy virtuálním operátorům s přímým majetkovým propojením na síťové operátory. Podíl velkoobchodního prodeje SIM karet majetkově propojeným virtuálním operátorům se navíc každý rok zvyšuje. Z výše uvedených grafů tak vyplývá, že 98 % velkoobchodní nabídky SIM karet je tvořeno třemi síťovými operátory, kteří prodávají až 51 % velkoobchodní nabídky třem majetkově propojeným virtuálním operátorům.

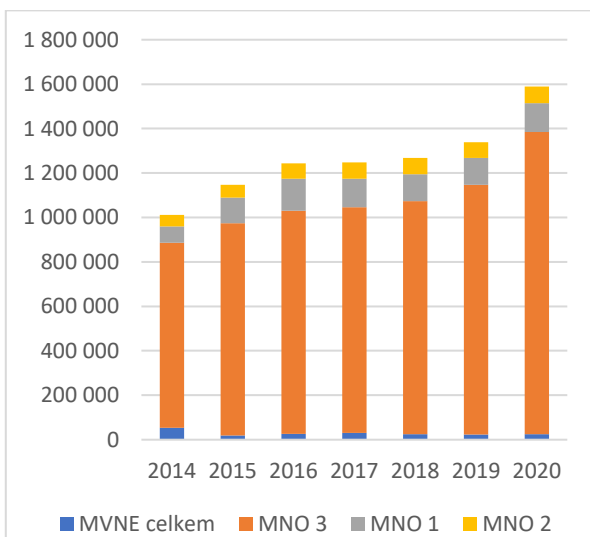
1103

1104

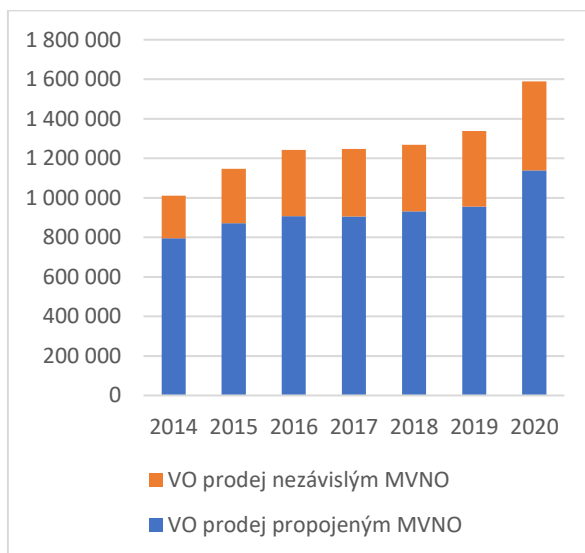
1105

1106

1107



Graf 45: Tvorba velkoobchodní nabídky – hlasový provoz (v tis. minut)
Zdroj: ČTÚ, 2022



Graf 46: Použití (skladba) velkoobchodní nabídky z pohledu typu velkoobchodního odběratele – hlasový provoz (v tis. minut)
Zdroj: ČTÚ, 2022

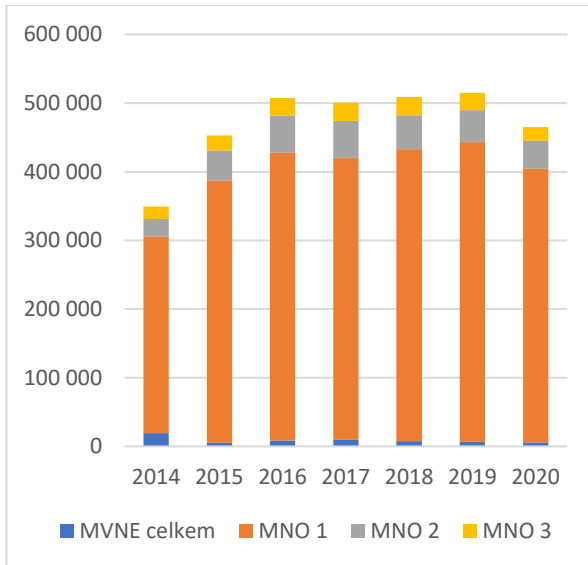
1108

Pokud jde o hlasový provoz, z hlediska použití velkoobchodní nabídky, až 72 % velkoobchodní nabídky je prodáváno majetkově propojeným MVNO, tedy virtuálním operátorům s přímým majetkovým propojením na síťové operátory. Podíl velkoobchodního

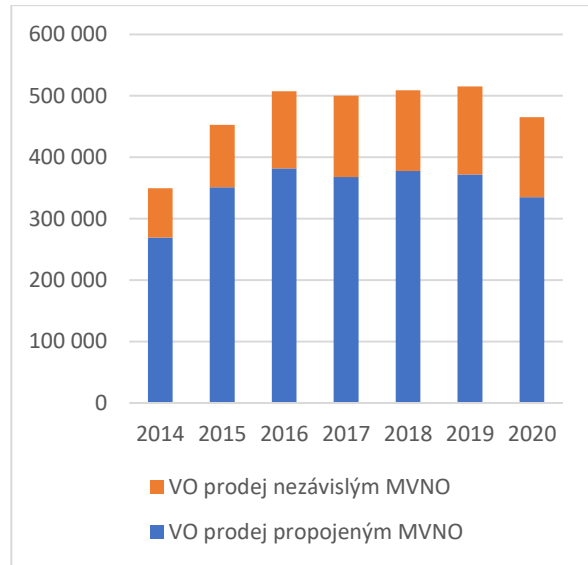
1109

1110

1111 prodeje majetkově propojeným virtuálním operátorům se navíc každý rok zvyšuje. Z výše
 1112 uvedených údajů vyplývá, že 98,5 % velkoobchodní nabídky je tvořeno třemi síťovými
 1113 operátory, kteří prodávají až 72 % velkoobchodní nabídky třem majetkově propojeným
 1114 virtuálním operátorům.

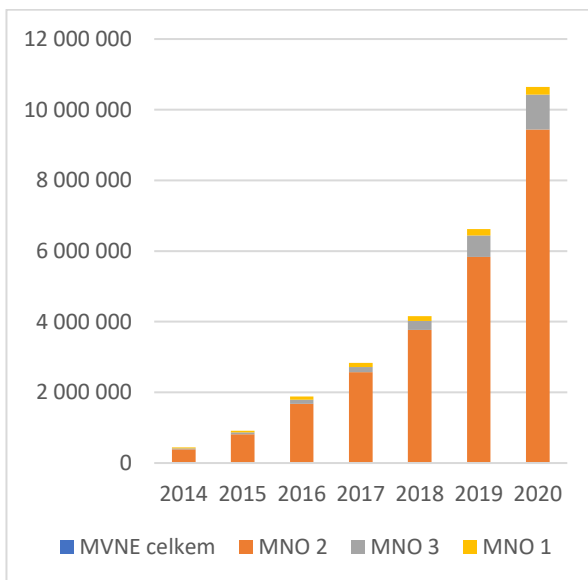


Graf 47: Tvorba velkoobchodní nabídky – odeslané SMS (v tis. SMS)
 Zdroj: ČTÚ, 2022

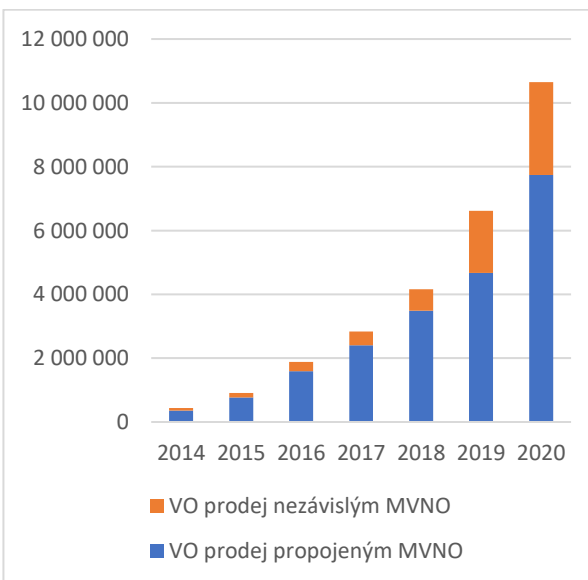


Graf 48: Použití (skladba) velkoobchodní nabídky z pohledu typu velkoobchodního odběratele – odeslané SMS (v tis. SMS)
 Zdroj: ČTÚ, 2022

1115 Pokud jde o odeslané SMS, z hlediska použití velkoobchodní nabídky, až 72 %
 1116 velkoobchodní nabídky je prodáváno majetkově propojeným MVNO, tedy virtuálním
 1117 operátorům s přímým majetkovým propojením na síťové operátory. Podíl velkoobchodního
 1118 prodeje majetkově propojeným virtuálním operátorům se navíc každý rok zvyšuje. Z údajů ve
 1119 výše uvedených grafech je patrné, že 98,7 % velkoobchodní nabídky je tvořeno třemi síťovými
 1120 operátory, kteří prodávají až 72 % velkoobchodní nabídky třem majetkově propojeným
 1121 virtuálním operátorům.



Graf 49: Tvorba velkoobchodní nabídky – objem přenesených dat v GB
 Zdroj: ČTÚ, 2022



Graf 50: Použití (skladba) velkoobchodní nabídky z pohledu typu velkoobchodního odběratele – objem přenesených dat v GB
 Zdroj: ČTÚ, 2022

1122 Pokud jde o objem přenesených dat, z hlediska použití velkoobchodní nabídky, až
 1123 73 % velkoobchodní nabídky je prodáváno majetkově propojeným MVNO, tedy virtuálním

1124 operátorům s přímým majetkovým propojením na síťové operátory. Podíl velkoobchodního
 1125 prodeje majetkově propojeným virtuálním operátorům se navíc každý rok zvyšuje. Z údajů ve
 1126 výše uvedených grafech tak vyplývá, že 99,8 % velkoobchodní nabídky je tvořeno třemi
 1127 síťovými operátory, kteří prodávají až 72 % velkoobchodní nabídky třem majetkově
 1128 propojeným virtuálním operátorům. Vysoká koncentrace nabídky na velkoobchodním trhu, kdy
 1129 72 % služeb prodávají MNO „sami sobě“ znamená, že velkoobchodní trh nefunguje
 1130 standardně a koluzní praktiky MNO se projevují výrazně i na něm.

	2016	2017	2018	2019	2020
Herfindahlův index počtu aktivních SIM karet	0,461	0,470	0,481	0,505	0,516
Herfindahlův index hlasových služeb	0,669	0,678	0,696	0,716	0,742
Herfindahlův index služeb SMS	0,696	0,688	0,710	0,728	0,745
Herfindahlův index datových služeb	0,784	0,817	0,819	0,780	0,791

1131 Tabulka 5: Herfindahlův index pro velkoobchodní trh mobilních služeb
 1132 Zdroj: ČTÚ, 2022

1133 Závěry z analýzy tvorby a použití velkoobchodní nabídky mobilních služeb potvrzují i
 1134 vypočtené Herfindahlóvé indexy. Koncentrace velkoobchodní nabídky se posiluje, čímž se
 1135 stále více zvyrazňuje oligopolní velkoobchodní trh mobilních služeb.

1136 Z pohledu zhodnocení míry koluzního chování oligopolních subjektů platí, že na
 1137 velkoobchodním trhu mobilních služeb působí 3 oligopolní subjekty, které tvoří jejich nabídku.
 1138 Konkrétně jde o 3 mobilní síťové operátory, kteří na velkoobchodním trhu prodávají mobilní
 1139 služby virtuálním operátorům. Jedná se o identické subjekty jako při relevantním
 1140 maloobchodním trhu mobilních služeb.

1141 To znamená, že:

- 1142 • zisková marže je u všech tří síťových operátorů přibližně stejná;
- 1143 • motivace síťových operátorů ke koluznímu chování rovněž konverguje;
- 1144 • pokud předpokládáme, že předpokládaný zisk při cenové válce je nulový v důsledku
 1145 snižování cen mobilních služeb na úroveň mezních nákladů, pak platí, že pokud by
 1146 hodnota diskontního faktoru překročila 66,6 % (tedy 2/3), koluzní strategie by přestala
 1147 být ziskovou;
- 1148 • pokud by byl vážený průměr nákladů na kapitál vyšší než obrácená hodnota
 1149 diskontního faktoru (tzn. diskontní sazba) bylo by pro oligopolní subjekty výhodnější
 1150 navzájem soutěžit.

1151 Výroční zpráva společnosti T-Mobile za rok 2020 uvádí WACC na úrovni 9,13 %. ČTÚ
 1152 odhaduje, že WACC společnosti O2 a Vodafone k této hodnotě konvergují (v důsledku
 1153 podobných parametrů ziskové marže a srovnatelných úvěrových podmínek pro získání cizího
 1154 kapitálu). Dá se tedy předpokládat, že podmínka výhodnosti koluzní strategie je ze strany
 1155 všech oligopolních subjektů splněna.

1156 Závěr

1157 Aplikace teorie her také potvrdila přítomnost tacitní koluze na maloobchodním
 1158 i velkoobchodním trhu. Aplikace prokázala, že všichni tři síťoví operátoři jsou finančně
 1159 motivováni své aktivity na obou trzích tiše koordinovat.

1160 **C.8 Zhodnocení technické připravenosti potenciálního nového síťového mobilního**
1161 **operátora na vstup na maloobchodní a velkoobchodní trh a jeho potenciálního**
1162 **příznivého dopadu na koncové zákazníky**

1163 **Připravenost síťové infrastruktury hostujícího MNO pro poskytování národního**
1164 **roamingu**

1165 Pro poskytování národního roamingu s využitím kombinací přiděleného frekvenčního
1166 spektra v ČR může být potřebná a dosud nerealizovaná investice do sítě hostujícího
1167 operátora. Konkrétně se jedná o investici do „core“ systémů síťové infrastruktury pro
1168 poskytování 5G typu SA („Stand Alone“ typ).

1169 V současnosti jsou v České republice provozovány 5G sítě typu NSA („Non-Stand
1170 Alone“ typ), což znamená, že uživatelská (zákaznická) data jsou přenášena prostřednictvím
1171 5G sítě v pásmu 700 MHz, pro přenos tzv. „control data“ signalizace je ale potřebné simultánně
1172 využít síť 4G v pásmu 800 MHz nebo 900 MHz.

1173 Vzhledem k rozsahu uvedené investice může dojít k její realizaci potenciálními
1174 hostujícími MNO až v roce 2024, což může technicky posunout start služeb národního
1175 roamingu až za rok 2024.

1176 **Nereálnost získání přístupu k regulovanému národnímu roamingu ze strany nově**
1177 **vstupujícího síťového mobilního operátora před rokem 2024**

1178 [REDACTED]
1179 [REDACTED]
1180 [REDACTED]
1181 [REDACTED]

1182 Na základě těchto informací, a hodnocení ČTÚ [REDACTED]
1183 [REDACTED]
1184 [REDACTED]
1185 [REDACTED]⁴⁷ [REDACTED]
1186 [REDACTED],
1187 ČTÚ nepředpokládá, že do konce roku 2024 dojde k naplnění kvalifikace a k realizaci
1188 regulovaného národního roamingu.

1189 **Technické aspekty využití komerčního národního roamingu pro umožnění**
1190 **vstupu nového síťového mobilního operátora na maloobchodní trh**

1191 Kromě využití regulovaného přístupu k národnímu roamingu existuje také možnost, že
1192 dojde ke komerční dohodě mezi některým stávajícím (nebo i více) MNO a na trh nově
1193 vstupujícím MNO. V případě komerční dohody není nutno z právně-regulačního pohledu čekat
1194 na splnění kvalifikačních podmínek, jako je např. pokrytí vlastní sítí, ze strany nově
1195 vstupujícího MNO, a k dohodě tak může dojít prakticky kdykoliv.

1196 K tomu je nutné uvést, že k takové dohodě mohlo dojít kdykoli od roku 2017, kdy byly
1197 přiděleny rádiové kmitočty vhodné pro mobilní služby držitelům odlišným od stávajících MNO.
1198 K dnešnímu dni k žádné takové dohodě nedošlo a uzavření takové dohody je vysoce

⁴⁷ [REDACTED]

1199 spekulativní. Samotná hypotetická možnost takové komerční dohody nemůže být regulačním
1200 východiskem Úřadu a důvodem k oddálení regulačních kroků na neurčito.

1201 [REDACTED]
1202 [REDACTED]
1203 [REDACTED]
1204 [REDACTED]
1205 [REDACTED]
1206 [REDACTED]
1207 [REDACTED]
1208 [REDACTED]
1209 [REDACTED]
1210 [REDACTED]
1211 [REDACTED]
1212 [REDACTED]
1213 [REDACTED]
1214 [REDACTED]
1215 [REDACTED]

1216 Technicky je na straně na celonárodní trh vstupujícího plnohodnotného MNO, který
1217 bude příjemcem národního roamingu, potřebné vybudovat zejména následující technické
1218 propojení a úpravy:

- 1219 1. „core network“ systém u příjemce národního roamingu;
- 1220 2. přímé separátní propojení sítí („interconnect“) s hostitelským MNO (poskytovatelem
1221 národního roamingu), a to samostatně pro hlasový provoz a samostatně pro datový
1222 provoz;
- 1223 3. nezávislé přímé síťové propojení mezi core systémy hostitelského MNO a příjemce
1224 MNO pro signalizaci;
- 1225 4. síťovou integraci mezi hostitelským MNO a příjemcem národního roamingu;
- 1226 5. úpravu systémů pro zpracování CDR („call detail records“) záznamů od
1227 hostitelského MNO, které dokumentují provoz SIM příjemce národního roamingu v
1228 hostitelské síti;
- 1229 6. propojení a integraci „billing“ systémů hostitelského MNO a příjemce národního
1230 roamingu;
- 1231 7. SIM management; a
- 1232 8. „service provisioning“ systém.

1233 Výše uvedené úpravy by dle odhadů ČTÚ vyžadovaly jednorázovou investici ve výši
1234 1,198 milionu euro a roční náklady na podporu provozu ve výši přibližně 235 tis. eur. To za
1235 předpokladu, že počet SIM nově vstupujícího MNO nepřesáhne 100 tisíc a nově vstupující
1236 mobilní operátor již disponuje CRM systémem pro celonárodní mobilní služby a dalšími
1237 korespondujícími BSS („business support systems“) systémy – „charging“ systém, „billing“
1238 systém, MNP, DWH, eCare/ eChannel, Fraud Management, AML, a další. Realizace
1239 vyčíslených investic, zprovoznění a provozní vyladění národního roamingu zabere u příjemce

1240 národního roamingu nejméně 3–6 měsíců. Nutnost investice potvrzuje také
1241 [REDACTED]
1242 [REDACTED]
1243 [REDACTED]
1244 [REDACTED]
1245 [REDACTED]
1246 [REDACTED]
1247 [REDACTED]
1248 [REDACTED] Kromě výše uvedených nákladů bude příjemce národního roamingu také
1249 snášet náklady na vybudování a provoz vlastní mobilní sítě, poplatky za provoz v národním
1250 roamingu, síťová propojení s hostitelským MNO, nákladů na produkci, zabezpečení a logistiku
1251 SIM, marketing a prodej, dodatečné lidské zdroje a všeobecnou administrativu.

1252 Dalším faktorem, který může ovlivnit časovou připravenost příjemce národního
1253 roamingu pro spuštění celonárodních služeb je již zmiňovaný typ 5G sítě (SA vs NSA), a to
1254 také u příjemce národního roamingu. Pokud by chtěl příjemce národního roamingu poskytovat
1255 ve své 5G síti hlas, SMS a data, musí jeho 5G „core“ síťový systém obsahovat nejen datovou,
1256 ale také hlasovou funkcionalitu pro 5G hlasové služby, tzv. VoNR („Voice over New Radio“
1257 nebo Vo5G – „Voice over 5G“). ČTÚ dosud neobdržel informaci, že by kterýkoliv potenciální
1258 příjemce národního roamingu měl již k dispozici vlastní 5G síť typu SA. V 5G sítích typu NSA,
1259 které jsou dnes podle informací ČTÚ v ČR zavedené, probíhá hlasový hovor v síti 4G (VoLTE
1260 – „Voice over LTE“), do které se mobilní telefon koncového zákazníka pro uskutečnění hovoru
1261 musí přepnout. V 5G síti tak probíhá pouze datový provoz.

1262 ČTÚ i na základě vyjádření relevantních subjektů očekává, že k vybudování typu sítě
1263 SA u kteréhokoliv potenciálního příjemce národního roamingu nedojde dřív než ke konci roku
1264 2024, resp. spíš později, pokud vůbec.

1265 Dalším klíčovým parametrem pro spuštění služeb (nejen) nového síťového operátora
1266 založeného na využití národního roamingu ve standardu 5G je také dostupnost koncových
1267 zařízení, tedy zejména mobilních telefonů, které podporují nejenom využívané frekvenční
1268 spektrum, ale také interoperabilitu mezi poskytovatelem a příjemcem národního roamingu. Je
1269 také třeba rozlišovat mezi dostupností modelu, který podporuje pásmo využívané pro 5G
1270 příjemcem národního roamingu (N78⁴⁸) a zároveň také pásmo 5G poskytovatele národního
1271 roamingu (N28), a úpravou jeho firmware pro využití v síti zejména příjemce národního
1272 roamingu⁴⁹. Tato úprava spolu s testováním může vzhledem k pravděpodobně nízké přiřazené
1273 prioritě malého operátora v ČR a k „release“ oknům pro aktualizaci firmware velkých výrobců
1274 mobilních telefonů dosáhnout 6 až 12 měsíců, případně i déle. V současnosti je dostupných
1275 řádově 250 mobilních zařízení (s prezencí na trhu v ČR), které podporují pásma N78 a N28⁵⁰.
1276 Jejich testování v síti nového MNO a úprava firmware tedy můžou zabrat poměrně mnoho
1277 času. Výběr zařízení, které budou spolehlivě fungovat v síti nového MNO tedy při spuštění
1278 služeb nebude mnoho. Toto platí jak pro maloobchodní, tak pro velkoobchodní trh.

1279 Důležitým aspektem, který ovlivňuje jak spokojenost koncových zákazníků příjemce
1280 národního roamingu, tak jeho provozní náklady, je rozsah a hustota pokrytí populace vlastní
1281 sítí.

⁴⁸ Viz <https://www.qorvo.com/design-hub/design-tools/interactive/3gpp-frequency-bands>

⁴⁹ Potenciální poskytovatelé národního roamingu (3 MNO) v ČR patří do velkých mezinárodních skupin, které mají silnou vyjednávací pozici vůči výrobcům mobilních telefonů, potenciální příjemci, ale nikoliv.

⁵⁰ <https://www.gsmarena.com/results.php3?sMakers=59,48,46,89,121,41,45,58,73,20,4,1,95,82,86,9,19,123,80,62&s5Gs=28,78>

1282 Pokud je pokrytí populace a území ze strany příjemce národního roamingu vlastní sítí
1283 nízké, což je dle informací, které má ČTÚ od potenciálních příjemců národního roamingu
1284 (Nordic Telecom, PODA, CentroNet/Incrate) k dispozici, současný stav, bude příjemce
1285 národního roamingu při spuštění celonárodních služeb zřejmě muset nastavit SIM karty svých
1286 koncových zákazníků na maximalizaci využití národního roamingu. Bez tohoto nastavení by
1287 mohla být zákaznická zkušenost koncových zákazníků na maloobchodním trhu významně
1288 horší než jejich zkušenost u stávajících MNO až do vybudování dostatečného pokrytí vlastní
1289 sítí.

1290 Pokud bude pokrytí vlastní sítí příjemce národního roamingu nehomogenní, což je v
1291 současnosti vzhledem ke složitosti budování mobilních sítí v ČR nejméně po dobu do konce
1292 roku 2024 vysoce pravděpodobné, mohly by koncová zařízení (např. mobilní telefony)
1293 častějším přepínáním mezi vlastní sítí příjemce národního roamingu a národním roamingem
1294 negativně ovlivnit kvalitu služeb příjemce národního roamingu z pohledu koncového
1295 zákazníka.

1296 Podle informací ČTÚ pokrytí všech realisticky potenciálních příjemců národního
1297 roamingu zdaleka není souvislé a homogenní, a to především pro pokrytí vnitřních prostor na
1298 frekvenci 3400–3600 MHz vzhledem k velmi nízké penetraci tohoto spektra do vnitřku budov,
1299 problémy s uplinkem mezi mobilním telefonem a BTS na delší vzdálenost (500 m, resp.
1300 maximálně přibližně 1 km) také ve vnějším prostředí (na volném prostranství). To
1301 koresponduje také se stavem pokrytí vlastní sítí potenciálních příjemců národního roamingu,
1302 který ČTÚ mapuje na <https://digi.ctu.cz/pokryti/> a <https://digi.ctu.cz/3q7/>.

1303 Pokud se koncové zařízení zákazníka příjemce národního roamingu nachází v
1304 národním roamingu, periodicky vyhledává přítomnost vlastní sítě (tzv. „background scanning“).
1305 V průběhu tohoto vyhledávání může být koncové zařízení nedostupné.

1306 Pokud se koncové zařízení zákazníka příjemce národního roamingu nachází ve vlastní
1307 sítí a nemá aktivní hovor (nebo datovou „session“), dojde k odhlášení z vlastní sítě při nízké
1308 úrovni signálu ze základnové stanice. Následně koncové zařízení vyhledává dostupnou vlastní
1309 síť, nebo síť národního roamingu, a je tudíž také jistou dobu nedostupné. Pro pokrytí vlastní
1310 sítí 5G v pásmu 3400–3600 MHz (nebo také 3600–3800 MHz) je v případě měst potřebná
1311 vzdálenost koncového zařízení od základnové stanice 500 m nebo méně, a i v tom případě
1312 bude penetrace signálu do vnitřních prostor budov slabší.

1313 Z charakteru spektra, kterým disponují oprávnění zájemci o národní roaming i
1314 podmínek 5G Aukce je zřejmé, že služby ve standardech 2G a 4G, budou vždy poskytovány
1315 výhradně prostřednictvím sítě hostujícího MNO. Pokud jde o datové a hlasové služby ve
1316 standardu 5G, tak z výše uvedeného lze předpokládat, že při současném nízkém a
1317 nehomogenním pokrytí populace a území ze strany oprávněných zájemců o národní roaming
1318 budou koncové zařízení zákazníků příjemce národního roamingu v následujících letech z
1319 významné části setrávat v hostitelské síti. Dobudování souvislého pokrytí významných částí
1320 území a populace vlastní sítí nelze vzhledem k charakteru spektra, kterým disponují oprávnění
1321 zájemci o národní roaming, jakož i vzhledem ke komplexnosti procesu výstavby a zapojení
1322 nových základnových stanic, jako i jejich potřebné četnosti, očekávat v horizontu do roku 2024
1323 a pravděpodobně ani následujících několika let.

1324 Přesný obchodní model jednotlivých oprávněných zájemců o národní roaming nelze s
1325 jistotou předvídat. Přichází v úvahu řada scénářů. Např. pokud by držitel spektra 3400–3600
1326 MHz chtěl toto spektrum využít pro pevné datové služby prostřednictvím připojení fixního FWA

1327 terminálu s externí anténou v 5G síti typu SA, mohla by se efektivní vzdálenost k BTS
1328 prodloužit na 5–7 km, a tedy nároky na kvalitu pokrytí by se signifikantně snížily. V kombinaci
1329 s národním roamingem by tato služba mohla být relevantní zákaznickou nabídkou. Aniž by
1330 Úřad spekoval o konkrétních obchodních záměrech jednotlivých oprávněných zájemců
1331 o národní roaming, nelze vyloučit, že např. [REDACTED]
1332 [REDACTED]

1333 Z výše uvedeného je jednoznačné, že národní roaming v rozsahu předvídaném
1334 závazkem v rámci 5G Aukce nelze na základě případné komerční dohody mezi [REDACTED]
1335 [REDACTED] do roku 2024 předpokládat.

1336 **Využití komerčního národního roamingu na umožnění vstupu nového síťového**
1337 **mobilního operátora na velkoobchodní trh**

1338 Technické implikace a časové odhady popsané v případě vstupu nového MNO s
1339 využitím národního roamingu na maloobchodní trh beze zbytku platí také pro vstup na trh
1340 velkoobchodní.

1341 Kromě investic a provozních nákladů spojených s obsluhou maloobchodního trhu a
1342 nákladů a času na dobudování pokrytí, bude nově vstupující MNO navrch potřebovat pro
1343 obsluhu velkoobchodních zákazníků také zejména následující systémy (a investice):

- 1344 1. CRM systém pro velkoobchodní zákazníky (oddělený od vlastního CRM systému
1345 pro maloobchodní zákazníky;
- 1346 2. „Umbrella OSS“ („Operational Support Systems“) pro velkoobchod pro sledování
1347 KPI;
- 1348 3. „Charging“ systém pro velkoobchod; nebo
- 1349 4. „Billing“ systém pro velkoobchod.

1350 Výše těchto investic by mohla přesáhnout úroveň 1,4 milionu euro s ročními náklady
1351 na technickou podporu 120 tisíc euro. Připočítá se také potřeba relevantní personální náklady.

1352 Investiční náklady na integraci 1 MVNO jako velkoobchodního zákazníka nového MNO
1353 můžou dosáhnout až 67 tisíc euro a roční provozní náklad na technický management a provoz
1354 centrálních komponent MNO pro 1 MVNO může dosáhnout až 60 tisíc euro.

1355 Nově vstupující MNO na velkoobchodní trh s využitím národního roamingu tak bude
1356 čelit dvěma zásadním rizikům:

- 1357 1. úvodní nekvalita služeb může odradit potenciální velkoobchodní zákazníky; a
- 1358 2. vysoké náklady na spuštění a provoz velkoobchodního modelu (jednorázové a také
1359 náklady na 1 MVNO) v kombinaci s potenciálně nízkými počty SIM a nízkým
1360 velkoobchodním ARPU (viz analýza replikovatelnosti) můžou učinit velkoobchodní
1361 model pro nového MNO neatraktivní.

1362 V případě komerčního národního roamingu 1) odpadá žadateli o přístup nárok na
1363 využití regulovaných (nákladově orientovaných) cen za regulovaný národní roaming tak jak
1364 bylo specifikováno v podmínkách 5G aukce a také 2) neexistuje povinnost pro poskytovatele
1365 národního roamingu umožnit příjemci národního roamingu poskytovat v národním roamingu
1366 také velkoobchodní služby. Podle informací ČTÚ je takovéto neumožnění velkoobchodního

1367 modelu při komerčních dohodách o národním roamingu existující praxí. Na druhé straně, na
1368 základě informace [REDAKCE]
1369 [REDAKCE]
1370 [REDAKCE] je zřejmé, že minimálně jeden potenciální poskytovatel komerčního
1371 národního roamingu (MNO) takovýto zákaz neplánuje navrhnout. Zněním odpovědi ale není
1372 vyloučen model, kdy možnost využití komerčního národního roamingu jeho příjemcem pro
1373 velkoobchodní trh bude ze strany poskytovatele komerčně nebo technicky omezen, nebo
1374 dotazovaný MNO své plány v průběhu jednání přehodnotí a zákaz velkoobchodu prosazovat
1375 začne.

1376 Na základě vyhodnocení získaných informací a vlastní analýzy ČTÚ dospěl k názoru,
1377 že vstup nového celonárodního plnohodnotného MNO na maloobchodní a velkoobchodní trh
1378 s potenciálem zvýšit úroveň hospodářské soutěže na těchto trzích nebude realizován do konce
1379 roku 2024. Takovýto vstup na trh, pokud ho lze vůbec očekávat, bude realizován v podstatně
1380 delším časovém horizontu.

1381 Bez ohledu na konkrétní obchodní model, který jednotliví zájemci o národní roaming zvolí,
1382 je nepochybné, že budou v horizontu daleko přesahujícím rok 2024 plně závislí na národním
1383 roamingu, pokud jde o hlasové služby (a to minimálně do doby, kdy převážná část populace
1384 přejde na koncová zařízení umožňující datové volání) a zároveň ve stejném časovém
1385 horizontu budou z převážné části závislí na národním roamingu i pokud jde o 5G datové
1386 služby, z důvodu nedostatečného pokrytí vlastní sítí. Dopad na trh by tak bylo možné očekávat
1387 zejména v případě, že by některý z oprávněných zájemců byl schopen zajistit si regulovaný
1388 národní roaming na základě závazku z 5G Aukce, tedy zejména za regulovanou cenu. Podle
1389 analýzy Úřadu, [REDAKCE]
1390 [REDAKCE], nelze spuštění
1391 plnohodnotných maloobchodních komerčních služeb na základě regulovaného národního
1392 roamingu do roku 2024 očekávat. Spuštění velkoobchodních služeb zatím není vůbec jisté, a
1393 to ani v časovém horizontu delším než do roku 2024. Spuštění komerčního národního
1394 roamingu jakož i charakter a rozsah těchto služeb je v tomto horizontu nejistý a nelze
1395 předpokládat žádný související významnější dopad na relevantní trh.

1396 **C.9 Očekávání Úřadu**

1397 Úřad očekává, že na základě navrhované regulace vycházející ze zjištění v rámci
1398 prováděné analýzy bude docházet k rozvoji konkurenčního prostředí na maloobchodním trhu
1399 za existence MVNO a k posílení jejich tržní pozice. Regulace by měla umožnit nastavení
1400 přiměřených velkoobchodních podmínek přístupu k mobilním službám jak technických, tak i
1401 cenových. Tyto podmínky musí být aplikovány současně a absence jedné z nich neumožní
1402 efektivní rozvoj konkurence na trhu.

1403 Zavedením regulace by mělo být perspektivně dosaženo zvýšení rozpětí mezi
1404 maloobchodní a velkoobchodní cenou mobilních služeb v ČR tak, aby byla umožněna
1405 replikovatelnost nabídek MNO ze strany MVNO.

1406 To pak umožní postupné snižování cenové úrovně mobilních služeb na
1407 maloobchodním trhu v ČR ze současné řádově 90 % nad průměrem EU⁵¹ na průměr EU.

⁵¹ V případě ceny dat je tento rozdíl až 200 % dle srovnání podle Cable.co.uk.

1408 **Část D – Analýza relevantního trhu č. 3 – velkoobchodní trh přístupu k mobilním**
1409 **službám**

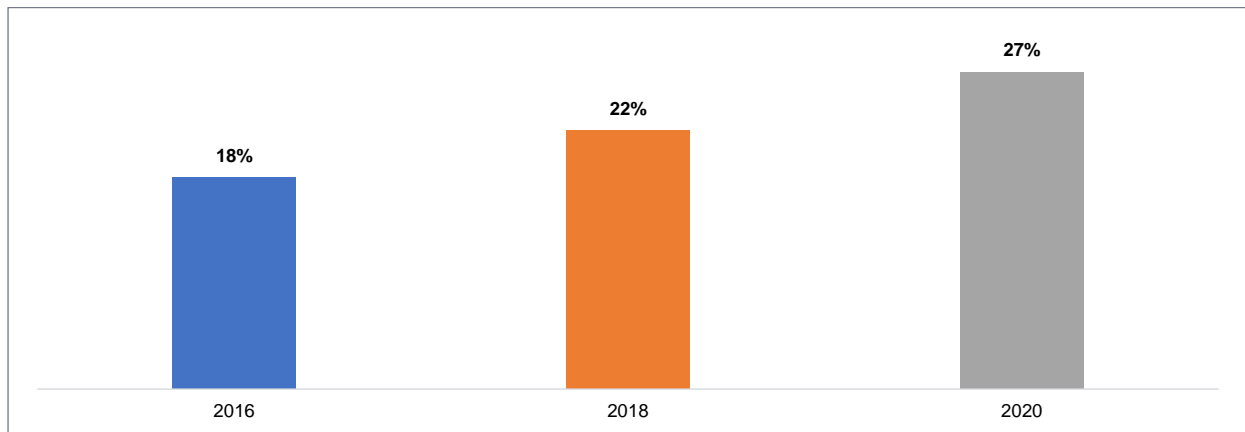
1410 **1. Úvodní východiska**

1411 **1.1 Vysoké ceny mobilních služeb v zahraničním srovnání**

1412 Toto srovnání je detailně popsáno v části C.3 tohoto dokumentu.

1413 **1.2 Vliv balíčků mobilních služeb, připojení na internet a TV pro domácnosti na**
1414 **motivaci MNO nabízet kompetitivní velkoobchodní mobilní služby**

1415 Pokud by došlo k přechodu maloobchodního zákazníka od MNO k MVNO, byla by
1416 ztížená pozice MNO prodat zákazníkovi také fixní telekomunikační služby, zejména připojení
1417 na internet a TV služby. Význam balíčků „3-play“ (mobilní služby, pevný internet, TV) při
1418 rozhodování zákazníka při volbě konkrétního poskytovatele telekomunikačních služeb v ČR
1419 roste. Podle studie KPMG Česká digitální domácnost 2021⁵² „podíl respondentů, kteří
1420 kombinují více služeb od jednoho poskytovatele, vzrostl z 18 % v roce 2016 přes 22 % v roce
1421 2018 až na 27 % v roce 2020“.



1422 Graf 51: Podíl 3-play zákazníků na trhu v ČR
1423 Zdroj: studie KPMG „Digitální domácnost“ za roky 2016–2021
1424

1425 Všichni 3 MNO působící na maloobchodním i velkoobchodním trhu v ČR jsou tzv.
1426 integrovaní operátoři, kteří již na celonárodní úrovni poskytují nebo plánují poskytovat balíčky
1427 více typů služeb se zvýhodněním⁵³.

1428 Je třeba poukázat i na předpoklad, že zrychlující se využívání balíčků mobilních služeb,
1429 pevného připojení k internetu a TV ještě více prohloubí negativní efekt selhání
1430 velkoobchodního mobilního trhu na koncové zákazníky. Jejich výběr z nabídek těchto balíčků
1431 bude do budoucna ještě více omezen, protože integrovaní MVNO (MVNO kteří zároveň
1432 působí na trhu služeb v pevné místě) budou opouštět maloobchodní trh mobilních služeb z
1433 důvodu nefunkčního velkoobchodního trhu mobilních služeb.

1434 Vzhledem k tomu, že balíčky využívá zatím 27 % zákazníků⁵⁴, tj menšina trhu, může
1435 včasný regulační zásah předejít omezení hospodářské soutěže i na dalších trzích
1436 elektronických komunikací. Ačkoliv se ČTÚ v této analýze zabývá pouze trhem mobilních

⁵² Zdroj: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/cz/pdf/file.pdf>

⁵³ Zdroj: webové stránky www.o2.cz, www.t-mobile.cz, www.vodafone.cz

⁵⁴ Zdroj: Studie společnosti KPMG Česká digitální domácnost 2021, strana 26
(<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/cz/pdf/file.pdf>)

1437 služeb, vnímá dopad hospodářské soutěže, resp. její absence, nejen na trh mobilních služeb,
1438 ale také na trh televizí a fixního internetu, resp. jednoho trhu 3-play.

1439 **2. Vymezení a hodnocení trhu pro účely analýzy**

1440 **2.1 Definice trhu**

1441 Vymezení relevantního trhu bylo provedeno podle části 2 Pokynů⁵⁵, které v bodě 26
1442 uvádějí, že výchozím bodem vymezení relevantního trhu je posouzení relevantních
1443 maloobchodních trhů, a to s přihlédnutím k zastupitelnosti na straně poptávky a straně nabídky
1444 z hlediska koncového uživatele během následujících období přezkoumání na základě
1445 stávajících tržních podmínek a jejich pravděpodobného vývoje.

1446 ČTÚ vycházel při hodnocení nabídek jednotlivých operátorů pouze z veřejných
1447 ceníkových cen, jelikož existence neveřejných nabídek v České republice je výrazně na ústupu
1448 a dva ze tří síťových operátorů tyto neveřejné nabídky již téměř vůbec nenabízejí. Na rozdíl
1449 od minulých let, kdy ČTÚ neveřejné nabídky bral v rámci definice trhu v potaz, je vliv
1450 neveřejných nabídek na reálné ceny mobilních služeb mnohem méně významný až
1451 zanedbatelný. ČTÚ proto neveřejné ceny ve výhledové analýze nezkoumal.

1452 K věcnému ani územnímu vymezení relevantního trhu nevznesla Komise ve svém
1453 rozhodnutí ze dne 17.2.2022 žádné připomínky. Úřad tedy oproti předložené analýze z roku
1454 2021 definici trhu neměnil. Původní definici potvrdil také aktualizovaný přehled trhu k 2. 5.
1455 2022. Úřad s ohledem na připomínky Komise, jakož i s ohledem na aktualizovaný a doplněný
1456 průzkum trhu a doplněnou technickou analýzu zkrátil časové vymezení relevantního trhu na
1457 dobu do 31. prosince 2024, kdy předpokládá vstup nového operátora na maloobchodní a
1458 potenciálně i na velkoobchodní trh na základě národního roamingu. Takto časově vymezený
1459 relevantní trhu následně Úřad promítl do hodnocení testu tří kritérií, jakož i do hodnocení
1460 společné významné tržní síly.

1461 **2.1.1 Věcné (produktové) vymezení trhu**

1462 Z produktového hlediska se relevantní maloobchodní trh skládá ze všech produktů
1463 a služeb, které jsou považovány za zaměnitelné nebo zastupitelné z hlediska spotřebitele, a
1464 to na základě jejich vlastností, cen a zamýšleného účelu použití. Z geografického hlediska se
1465 relevantní maloobchodní trh tradičně identifikuje na základě dvou hlavních kritérií, a to oblast
1466 pokrytá sítí a existence právních a jiných regulačních nástrojů.

1467 **2.1.2 Průzkum trhu**

1468 V rámci analýzy byl proveden hloubkový průzkum produktů, v jehož rámci bylo
1469 zmapovaných 335 konkrétních nabídek produktů mobilních služeb na maloobchodním trhu,
1470 které můžeme označit za nové nebo modifikované oproti poslednímu průzkumu produktů ze
1471 srpna 2021, s předpokladem, že nabídky produktů, které nevstoupily do mapování, mají
1472 zanedbatelný vliv na výsledky mapování. Podrobnosti jsou uvedeny v části C.6 tohoto
1473 dokumentu.

⁵⁵ Sdělení Komise č. 2018/C 159/01: Pokyny k analýze trhu a posouzení významné tržní síly podle předpisového rámce EU pro sítě a služby elektronických komunikací.

1474 Virtuální mobilní operátoři nabízejí řadu produktů, jejichž základní charakteristikou je
1475 nízký objem volných dat. Až 80 % zmapovaných produktů virtuálních mobilních operátorů má
1476 měsíční objem volných dat do 200 MB. Naproti tomu produkty s volnými daty v objemu více
1477 než 10 GB tvoří jen 1 % produktů virtuálních mobilních operátorů.

1478 Pokud jde o strukturu produktů síťových operátorů, produkty s objemem volných dat
1479 do 200 MB měsíčně tvoří jenom 13% podíl. Naopak produkty s volným objemem dat nad
1480 10 GB měsíčně tvoří až 45 % produktů síťových operátorů.

1481 Analýza replikovatelnosti produktů mobilních operátorů ukázala, že virtuální operátoři
1482 zpravidla nejsou konkurenceschopní u balíčků obsahujících objem dat nad 1,9 GB měsíčně.
1483 Analýza struktury produktů mobilních operátorů ukázala, že mobilní síťoví operátoři nabízejí v
1484 rámci svých produktů v průměru až 10krát více volných dat než virtuální operátoři. Z průzkumu
1485 produktů jednoznačně vyplývá, že maloobchodní trh mobilních služeb je na nabídkové straně
1486 tvořen produkty (tarify), **kteřé obsahují hlasové služby a služby SMS v omezeném
1487 i neomezeném rozsahu s možností využití internetu v mobilu, dále produkty s
1488 internetem v mobilu v omezeném a neomezeném rozsahu s možností využití hlasových
1489 služeb a služeb SMS a produkty s hlasovými službami, službami SMS a internetem v
1490 mobilu v omezeném nebo neomezeném rozsahu.**

1491 Z hlediska možné substituce produktů, poskytovatelé služeb mobilních komunikací
1492 poskytují prostřednictvím mobilních komunikačních sítí tři základní typy služeb odlišující se
1493 komponenty služeb (hlasové služby, služby SMS/MMS a datové služby), u kterých jsou v
1494 daném tarifu zahrnuty:

- 1495 • mobilní tarif bez dat,
- 1496 • mobilní tarif s daty,
- 1497 • mobilní internet.

1498 Mobilní tarif bez dat obsahuje zpravidla určitý objem minut volání a počet SMS/MMS
1499 a/nebo tzv. omezení FUP („fair user policy“⁵⁶) pro některý nebo všechny z komponentů tarifu
1500 v případě, že je některý z komponentů (např. volání) marketingově ze strany poskytovatele
1501 služby komunikován jako „nekonečný“ nebo „neomezený“. V případě tarifu bez dat jsou
1502 zpravidla datové služby na SIM kartě povoleny s tím, že tarif neobsahuje v paušální ceně určitý
1503 objem dat, ale data mohou být konzumována a zpoplatňována buď na základě skutečné
1504 spotřeby jednotek dat, typicky MB (megabajtů) a FUP se v případě těchto typů tarifů
1505 neuplatňuje, nebo na základě dokoupení balíku dat, kterého konzumace je zpravidla omezena
1506 nejen objemově, ale také časově, např. na 30 dní. První popsany způsob zpoplatňování se v
1507 anglickém jazyce nazývá „pay as you go“ a je v případě významně minoritního množství tarifů
1508 (27 %) aplikován v ČR také na služby SMS/MMS.

1509 Mobilní tarif s daty zpravidla obsahuje určitý objem minut volání, počet SMS/MMS a dat
1510 a/nebo FUP pro některý nebo všechny z komponentů tarifu. Typicky je v případě tohoto typu
1511 tarifu omezení FUP uplatňované na hlasový komponent („neomezená volání“) a v některých
1512 případech i na datový komponent („neomezená data“).

⁵⁶ Omezení FUP je v případě dosažení limitu minut nebo SMS/ MMS uplatňováno jako zastavení další komunikace a v případě dosažení datového limitu jako zastavení další komunikace nebo významné zpomalení přenosové rychlosti datové komunikace.

1513 Jako podskupina typu mobilního tarifu s daty na trhu už existují také tarify, které
1514 obsahují jenom určitý objem dat bez obsažených minut a SMS. Historicky byly tyto tarify s
1515 malým objemem obsažených dat (typicky v řádu desítek MB) určeny pro firemní zákazníky pro
1516 účely strojové komunikace (anglicky „Machine to Machine „M2M“ communication“), např. pro
1517 monitoring flotil firemních automobilů.

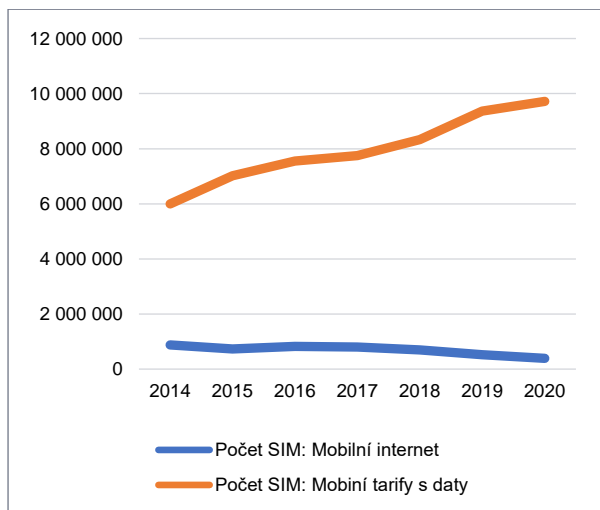
1518 V současnosti jsou na trhu zastoupeny také tarify s výrazně větším (v řádu typicky GB
1519 nebo desítek GB) objemem obsažených dat, včetně tarifů s neomezeným čerpáním dat (tzv.
1520 „full flat“ tarify). Tyto tarify jsou cíleny především na inovativní zákazníky na maloobchodním
1521 trhu, kteří přesouvají celou nebo významnou část své hlasové a SMS/MMS komunikace z
1522 tradičních služeb mobilního operátora na aplikace. Podle studie AMI Digital Index 2021⁵⁷
1523 využívá denně internetové sociální sítě v ČR 76 % populace a celkově je to 80 % populace.
1524 75 % z nich využívá pro komunikaci aplikaci Messenger od společnosti Facebook a 57 % z
1525 nich využívá aplikaci WhatsApp od téže společnosti. Dalšími využívanými aplikacemi jsou
1526 Skype od společnosti Microsoft (21 %) a Viber (13 %). Všechny čtyři uvedené aplikace
1527 umožňují prostřednictvím datové komunikace jejich uživatelům komunikovat mezi sebou
1528 prostřednictvím hlasu v reálném čase a také prostřednictvím zpráv, které kromě textu mohou
1529 obsahovat i multimediální obsah (obrázky, video, hlas). I vzhledem k vysoké penetraci těchto
1530 aplikací v ČR je potřeba datové komunikace pro zákazníky mobilních telekomunikačních
1531 služeb na maloobchodním trhu v ČR v současnosti a budoucnosti zásadní. Další studií, která
1532 tuto potřebu zákazníků dokumentuje, je i studie „Česká digitální domácnost“ od společnosti
1533 KPMG z roku 2021.

1534 Služba mobilní internet je určena primárně pro připojení tabletu, notebooku nebo
1535 modemu na internet. Tyto služby na maloobchodním trhu v ČR zpravidla obsahují větší objem
1536 (řádově v GB nebo desítkách GB) dat nebo FUP. Neobsahují zpravidla volné minuty
1537 a SMS/MMS, avšak tyto služby nejsou zpravidla na SIM kartě blokovány, ale jsou zpoplatněny
1538 systémem „pay as you go“ – platba za spotřebovanou jednotku (minutu, SMS).

1539 Všechny zkoumané služby (tarify) v této kategorii, které jsou na maloobchodním trhu v
1540 rámci pokrytí daného operátora v ČR nabízeny, neobsahují geografickou limitaci, tj. je možno
1541 služby mobilního internetu využít na celém území ČR. Neobsahují také limitaci (párování) na
1542 konkrétní zařízení, tj. je možno SIM kartu s tímto tarifem využívat také v mobilním telefonu.

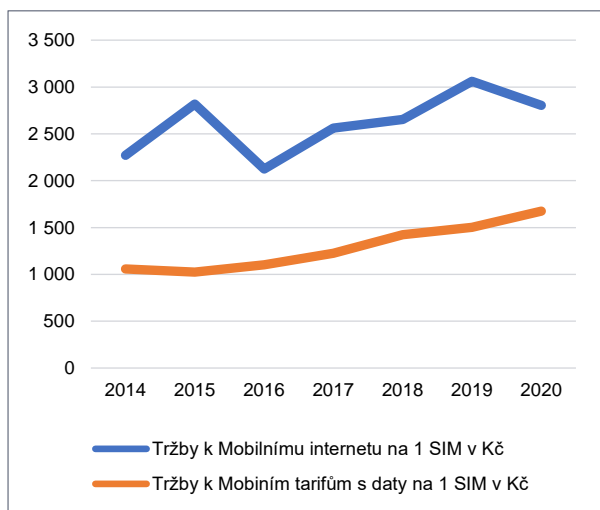
1543 Prakticky všechny „chytré“ telefony umožňují připojit tablet nebo notebook na internet
1544 prostřednictvím sítě Wifi (funkce „personal hotspot“), nebo prostřednictvím jiné funkce sdílení
1545 přístupu na internet (např. sdílení mezi zařízeními společnosti Apple). Při růstu objemu dat v
1546 tarifech s daty, ke kterému v průběhu posledních 5 let došlo, tak odpadá potřeba samostatných
1547 zařízení jako je modem s dedikovanou SIM kartou a tarifem.

⁵⁷ Zdroj: <https://amidigital.cz/ami-digital-index-2021/>



Graf 52: Vývoj počtu SIM karet mobilního internetu a mobilních tarifů s daty za rok
Zdroj: ČTÚ, 2022

1548
1549
1550
1551



Graf 53: Vývoj tržeb z prodeje produktů mobilního internetu a mobilních tarifů s daty na jednu SIM kartu za rok
Zdroj: ČTÚ, 2022

1552
1553
1554

1555 Z výše uvedeného vyplývá, že typ tarifu mobilní internet přestává být na
1556 maloobchodním trhu významný, minimálně pro segment masového trhu, a je nahrazován
1557 mobilním tarifem s daty. Je možno zkonstatovat, že i když je relevance tarifu mobilní internet,
1558 vzhledem k jeho relativně nízké spotřebě zákazníky, resp. omezování nabídky operátory, pro
1559 účely této analýzy nízká, je potřeba ho do analýzy zahrnout. Důvod zahrnutí spočívá právě v
1560 už zmiňované konvergenci (substituci) služeb mobilního tarifu s daty a mobilního internetu.

1561 Mobilní telekomunikační služby lze také členit podle způsobu úhrady za ně na
1562 maloobchodním trhu na:

- 1563 • fakturované služby,
- 1564 • předplacené služby.

1565 Při fakturovaných službách je úhrada za služby zákazníkem realizována až po
1566 konzumaci služeb. Zpravidla tak poskytovatel mobilních telekomunikačních služeb snáší tzv.
1567 kreditní riziko v případě, že zákazník za zkonsumované služby nezaplatí.

1568 V případě předplacených služeb zákazník může služby konzumovat jedině v případě,
1569 že má tyto služby předplacené formou kreditu. V poslední době se na trhu v ČR prosazuje také

1570 automatické dobíjení kreditu, např. prostřednictvím platební karty⁵⁸. Vzhledem k tomuto vývoji
1571 tak rozdíl mezi fakturovanými službami a předplacenými službami postupně zaniká a není
1572 důvod pro účely této analýzy mezi těmito dvěma kategoriemi služeb rozlišovat.

1573 Kromě výše uvedených služeb bylo zvažováno zařazení také dalších služeb do
1574 vymezení relevantního trhu jako je mobilní tarif bez možnosti využití dat (tj. mobilní tarify pouze
1575 s SMS a hlasem) a mobilní tarif pouze s daty bez možnosti využití hlasu a/nebo SMS. Obě
1576 služby byly z vymezení trhu vyloučeny na základě skutečnosti, že u nich nevyšel kvantitativní
1577 SSNIP test a také na základě posouzení kvalitativního SSNIP testu v rámci hloubkové analýzy
1578 produktového mixu na trhu v České republice. Co se týče mobilních tarifů bez možnosti využití
1579 dat, lze si všimnout konstantního poklesu. Tato skutečnost tak naznačuje rostoucí preferenci
1580 koncových uživatelů, kdy upřednostňují mobilní tarify obsahující i datové služby, k čemuž
1581 přispívá také skutečnost, že síťoví operátoři již mobilní tarify bez dat aktivně nenabízejí. ČTÚ
1582 proto dospěl k závěru, že mobilní tarify bez dat nejsou z důvodu odlišných vlastností a
1583 požadavků zákazníků substitutem pro mobilní tarify s daty a k těmto tarifům by zákazníci
1584 nepřecházeli ani v případě, že by došlo k malému ale významnému zvýšení ceny tarifů s daty
1585 (více v kapitole 2.1.3 v úvahové části SSNIP testu). S ohledem na výše uvedené lze
1586 předpokládat, že tento trend bude pokračovat a na mobilním trhu budou stále více dominovat
1587 tarify zahrnující mobilní datové služby, a proto tarify bez dat v souladu s principem výhledové
1588 analýzy nebyly zahrnuty do relevantního trhu.

Dílčí závěr k průzkumu trhu:

Provedením průzkumu produktů mobilních služeb a jeho vyhodnocením bylo prokázáno, že po produktové stránce je maloobchodní trh vymezen produkty, které umožňují koncovým zákazníkům využívat datové, hlasové a SMS služby. Konkrétně se na trhu objevují následující typy těchto služeb:

(i) mobilní tarif bez obsažených (volných) dat, ale s obsaženými (volnými) mobilní hlasovými službami (v minutách) a službami SMS (v počtu SMS), který umožňuje dokoupit datové služby v režimu “pay as you go” nebo v předdefinovaných balíčcích (v MB/GB);

(ii) mobilní tarif s obsaženými (volnými) daty, mobilními hlasovými službami i službami SMS;
a

(iii) služby označené jako mobilní internet, které historicky umožňovaly pouze datové služby, ale v současné době obsahují (volné) datové služby (v MB) a umožňují dokoupení hlasových služeb a služeb SMS v režimu “pay as you go” nebo v předdefinovaných balíčcích.

Všechny tyto produkty zpravidla zahrnují hlasové služby, služby SMS i přístup k internetu, ale liší se způsobem, jakým jsou jednotlivé služby v daném produktu zahrnuty a jakým způsobem jsou zpoplatněny.

1589 **2.1.3 SSNIP test**

1590 Pro ověření vymezení relevantního trhu na základě průzkumu trhu byl provedený
1591 kvantitativní test hypotetického monopolisty (SSNIP test), který představuje standardní rámec
1592 pro vymezení relevantního trhu. Jinými slovy, SSNIP test je odpovědí na otázku, zda jsou

⁵⁸ Např. <https://www.vodafone.cz/predplacene-karty/> nebo <https://www.o2.cz/osobni/platebni-karta>

1593 poskytovatelé mobilních služeb na určitém území omezení při stanovení ceny existujícími
1594 konkurenčními překážkami. Mezi překážky, které poskytovatelům brání stanovit libovolnou
1595 výši ceny za své služby, patří zejména nahraditelnost na straně poptávky a zaměnitelnost na
1596 straně nabídky.

1597 SSNIP test vycházel z vymezení tzv. fokálního produktu (tj. nejužšího možného
1598 vymezeného trhu), kterými jsou mobilní tarify s daty, SMS a hlasem, jak je tento produkt
1599 vymezen výše. V rámci testu hypotetického monopolisty byla využita aplikace vlastní cenové
1600 elasticity poptávky, která je definována jako procentuální změna množství poptávky po
1601 produktu hypotetického monopolisty, která následuje po jedno procentním zvýšení ceny tohoto
1602 produktu. Prahovou hodnotou pro vymezení relevantního trhu, ve smyslu Pokynů, je, pokud
1603 ani 5–10% nárůst ceny produktu nevede k poklesu ziskovosti. Jinými slovy, změna ceny o 1 %
1604 nemůže vést ke změně poptávaného množství o více než 1 %.

1605 Dle metodiky testu hypotetického monopolisty, v případě, že vlastní cenová elasticita
1606 produktu je nízká, naznačuje to, že produkt nečelí blízkému substitutu v rámci zkoumání.
1607 Znamená to dále, že zvýšení ceny o 5–10 % hypotetickým monopolistou na tomto trhu by pro
1608 něj bylo ziskové, a proto by tento produkt měl být považován za oddělený trh. Opačná situace
1609 nastává, pokud je elasticita vysoká. Takový výsledek značí, že spotřebitelé mají dostupný
1610 blízký substitut a nárůst ceny by pro hypotetického monopolistu nepředstavoval zisk. Tyto
1611 substituty by proto měly být pokládány za součást širšího trhu.

1612 Prvním krokem, dle metodiky a ve smyslu závěrů SSNIP testu, je stanovení kritické
1613 ztráty v případě mobilního tarifu s daty. Byl uplatněn rovnovážný přístup („break-even
1614 approach“), který je postaven na otázce, zda by hypotetický monopolista byl schopen ziskově
1615 zvýšit cenu. Otázka ziskovosti je při tom chápána v takovém významu, že nově dosažený zisk
1616 by nebyl nižší než původní zisk hypotetického monopolisty.

1617 V případě mobilního tarifu s daty je důvodný předpoklad, že by hypotetický monopolista
1618 byl schopen ziskově zvýšit cenu mobilních služeb. Tento předpoklad je možné odůvodnit
1619 dosavadním průběhem vývoje objemu celkových tržeb za hlasové služby, služby SMS a
1620 datové služby a objemu hlasových služeb a služeb SMS, celkového počtu aktivních SIM karet
1621 a průměrnými tržbami za hlasové služby, služby SMS a datové služby na jednu SIM kartu.

1622 Objem celkových tržeb za hlasové služby, služby SMS a datové služby se v
1623 sledovaném období zvýšil o 5,32 %, celkový počet aktivních SIM karet se v sledovaném období
1624 zvýšil o 5,01 % a průměrná výše tržeb za mobilní služby na jednu aktivní SIM kartu se zvýšila
1625 o 0,3 %.

1626 V druhém kroku byla primárně testována vlastní cenová elasticita poptávky po
1627 produktech, které zahrnují hlasové služby, služby SMS i přístup k internetu, tedy služeb
1628 poskytovaných v rámci mobilního tarifu s daty, jakožto identifikovaným fokálním produktem,
1629 jak je uvedeno v závěru předcházející kapitoly 2.1.2.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Celkové tržby za hlasové služby, služby SMS a datové služby v tis. Kč	38 717 797	36 517 885	36 210 090	36 811 358	37 956 182	39 217 295	40 779 246
Celkový počet aktivních SIM karet	13 903 681	13 935 357	14 149 901	14 283 776	14 397 523	14 711 057	14 599 978

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Průměrné tržby za hlasové služby, služby SMS a datové služby na jednu SIM kartu	2 785 Kč	2 621 Kč	2 559 Kč	2 577 Kč	2 636 Kč	2 666 Kč	2 793 Kč

Tabulka 6: Podklady pro výpočet vlastní cenové elasticity po hlasových službách, službách SMS a datových službách
Zdroj: ČTÚ, 2022

1630
1631

1632 V rámci výpočtů bylo prokázáno, že poptávka po hlasových službách, službách SMS a
1633 datových službách, jak byly vymezeny v rámci fokálního produktu, je neelastická, protože
1634 změna ceny o 1 % způsobuje změnu poptávaného množství o 0,94 %. Výsledek značí, že
1635 mobilní tarif s daty nečelí blízkému substitutu, a tedy jde o potvrzení výsledku úvahového
1636 SSNIP testu, který definoval mobilní tarif s daty jako fokální produkt.

1637 ČTÚ doplňuje, že byla testována elasticita také jednotlivých složek fokálního produktu,
1638 tj. hlasu, dat a SMS. Kvantitativní SSNIP test těchto jednotlivých složek potvrdil, že tyto složky
1639 jednotlivě nejsou fokálním produktem.

Dílčí závěr k SSNIP testu:

Bylo vycházeno z vymezení tzv. fokálního produktu (tj. nejužšího možného vymezeného trhu). V rámci SSNIP testu byla využita aplikace vlastní cenové elasticity poptávky, která je definována jako procentuální změna množství poptávky po produktu hypotetického monopolisty, která následuje po jedno procentním zvýšení ceny tohoto produktu.

V rámci výpočtů bylo prokázáno, že poptávka po hlasových službách, službách SMS a datových službách, jak byly vymezeny v rámci fokálního produktu, je neelastická, protože změna ceny o 1 % způsobuje změnu poptávaného množství o 0,94 %.

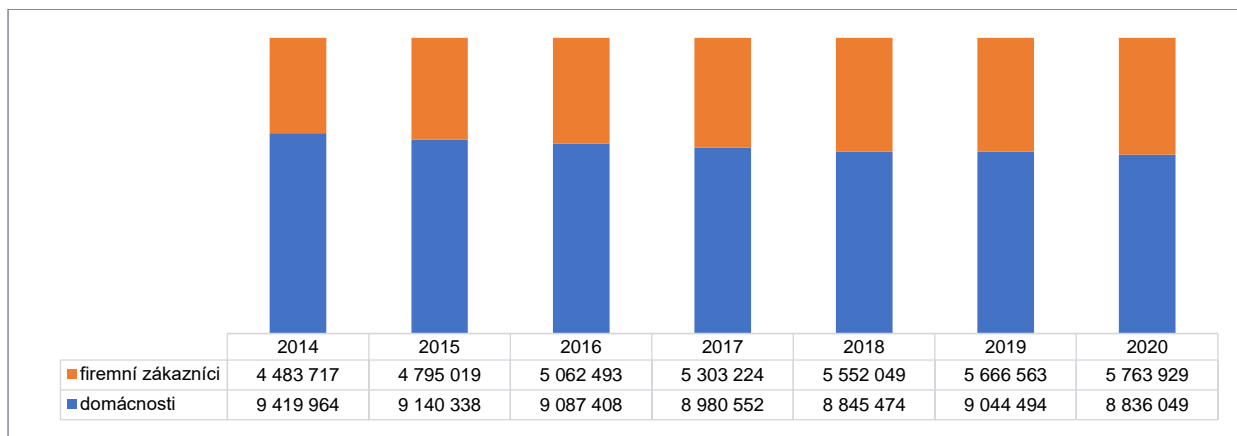
Relevantním maloobchodním trhem z produktového hlediska je tedy trh hlasových služeb, služeb SMS a datových služeb. Fokálním produktem je tarif, který umožňuje koncovému zákazníkovi využívat hlasové služby, SMS a data (přístup k internetu).

1640
1641

2.1.4 Hodnocení produktového vymezení trhu z pohledu zákaznické segmentace

1642 Dalším krokem vymezení relevantního maloobchodního trhu je posouzení vhodnosti
1643 segmentace maloobchodního trhu mobilních služeb. Cílem segmentace trhu je seskupení
1644 koncových zákazníků podle společných vlastností a specifických charakteristik. Podle
1645 Doporučení jsou důležitými segmenty trhu elektronických komunikací hromadný trh a
1646 podnikový trh.

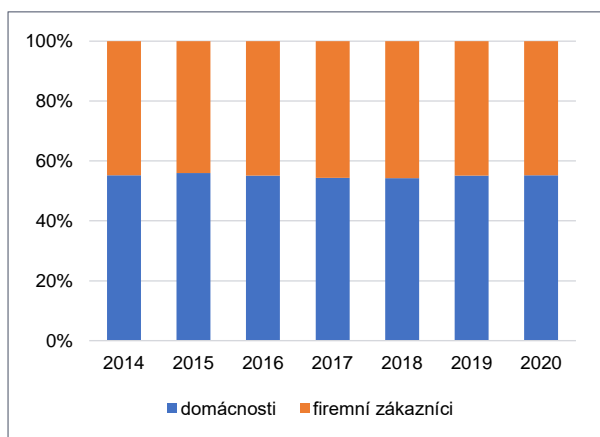
1647 Ve smyslu výše uvedeného Doporučení byly hodnoceny 2 segmenty maloobchodního trhu, a
1648 to na segment domácností a segment firemních zákazníků.



Graf 54: Segmentace trhu s mobilními službami z hlediska počtu aktivních SIM karet
Zdroj: ČTÚ, 2022

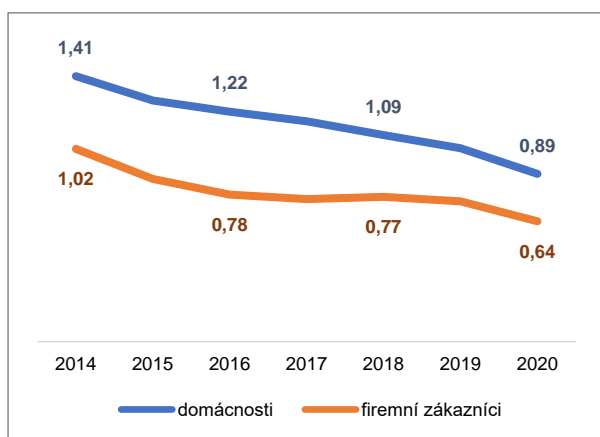
1649
1650
1651

1652 Více než 60 % trhu s mobilními službami, z pohledu počtu aktivních SIM karet, tvoří
1653 domácnosti. Počet SIM karet domácností však kontinuálně klesá, a to v průměru o 1 % ročně.
1654 Naopak, růst počtu SIM karet zaznamenává segment firemních zákazníků, a to na úrovni
1655 4,3 % ročně.



Graf 55: Segmentace trhu z hlediska počtu provolaných minut
Zdroj: ČTÚ, 2022

1656
1657
1658
1659

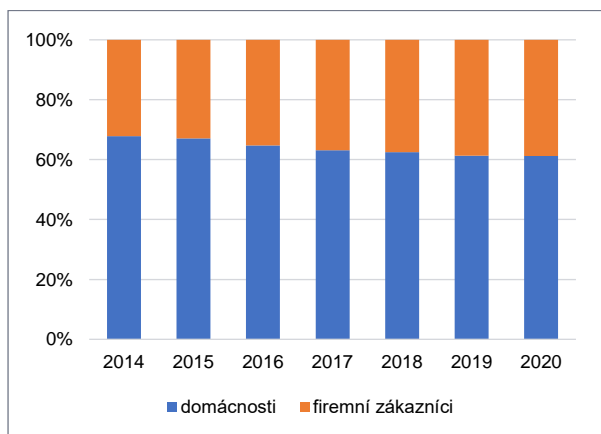


Graf 56: Průměrná maloobchodní cena za 1 minutu hlasových služeb v Kč
Zdroj: ČTÚ, 2022

1660
1661
1662
1663

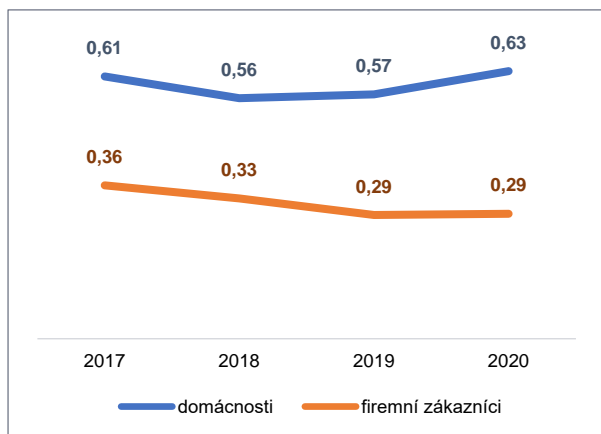
1664 Obdobně jako při počtu aktivních SIM karet, podíl domácností na hlasových službách
1665 tvoří v průměru 55 % celkového objemu využívaných hlasových služeb při jednotkové ceně za
1666 minutu, která je v průměru o 45 % vyšší než v případě firemních zákazníků. Využívání

1667 hlasových služeb v přepočtu na jednu SIM kartu ukazuje v průměru o 42 % vyšší intenzitu na
 1668 straně firemních zákazníků oproti domácnostem.



Graf 57: Segmentace trhu z hlediska počtu SMS
 Zdroj: ČTÚ, 2022

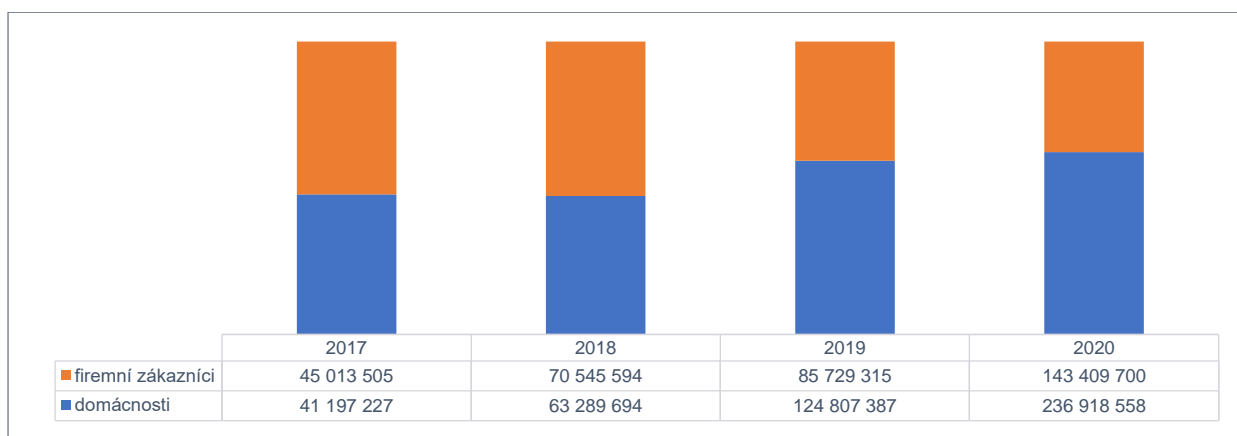
1669
 1670
 1671
 1672



Graf 58: Průměrná maloobchodní cena za 1 SMS v Kč
 Zdroj: ČTÚ, 2022

1673
 1674
 1675
 1676

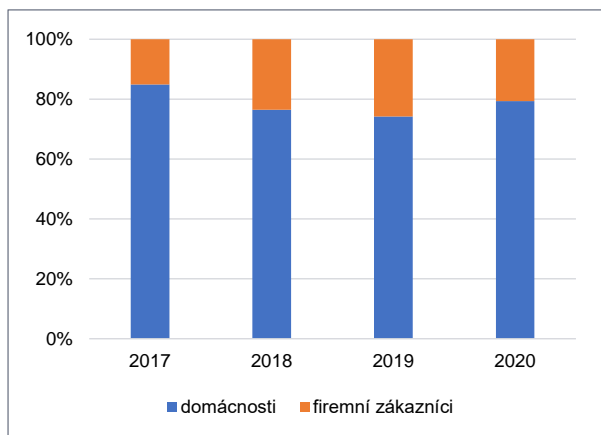
1677 V případě služeb SMS na maloobchodním trhu jednoznačně dominují domácnosti s
 1678 průměrným podílem až 64 % při maloobchodní ceně za 1 SMS vyšší až o 88 % oproti cenám
 1679 pro firemní zákazníky. Intenzita využívání služeb SMS je mezi domácnostmi a firemními
 1680 zákazníky vyrovnaná.



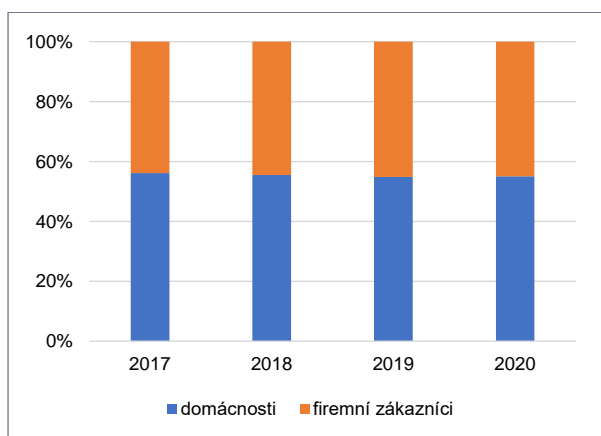
Graf 59: Segmentace trhu s mobilními službami z hlediska objemu přenesených dat za rok v GB
 Zdroj: ČTÚ, 2022

1681
 1682
 1683

1684 Při srovnání objemu přenesených dat prošel maloobchodní trh doslova malou revolucí,
 1685 protože od roku 2017 došlo ke kvantitativnímu růstu, kumulativně na úrovni 340 %, s
 1686 průměrnou meziroční dynamikou na úrovni 64 %. Současně došlo ve sledovaném období k
 1687 zásadnímu zvýšení podílu domácností na objemu přenesených dat, a to z úrovně 48 % v roce
 1688 2017 až k 62 % podílu domácností v roce 2020.

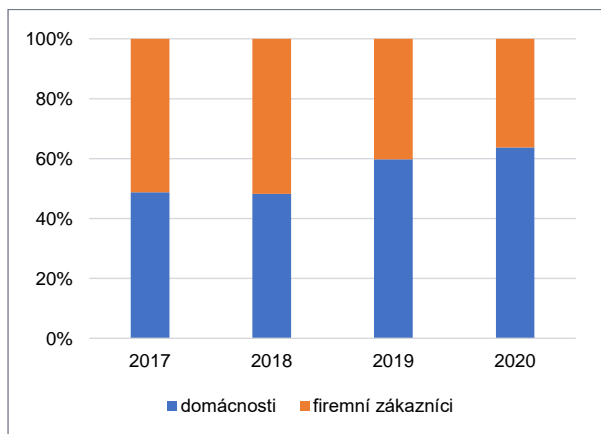


1689 Graf 60: Segmentace trhu z hlediska počtu SIM s mobilní tarifem s daty ad hoc
 1690 Zdroj: ČTÚ, 2022
 1691
 1692

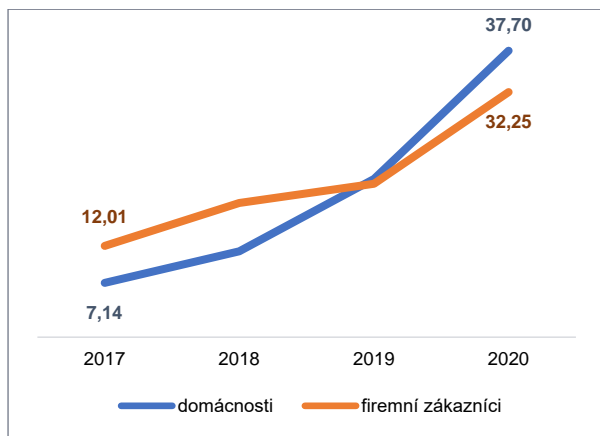


1693 Graf 61: Segmentace trhu z hlediska počtu SIM s mobilní tarifem s paušálními daty
 1694 Zdroj: ČTÚ, 2022
 1695
 1696

1697 Vývoj v objemu přenesených dat kopíruje i srovnání počtu aktivních SIM karet s
 1698 mobilním tarifem s daty, kde v případě ad hoc dat jednoznačně dominují domácnosti s podílem
 79 % a v případě paušálních dat s podílem 55 %.



1699 Graf 62: Segmentace trhu z hlediska objemu přenesených dat za rok v rámci mobilního tarifu s daty
 1700 Zdroj: ČTÚ, 2022
 1701
 1702



Graf 63: Objem přenesených dat v GB na jednu SIM s mobilním tarifem s daty za rok
Zdroj: ČTÚ, 2022

1703
1704
1705
1706

1707 Vývoj v posledních letech redefinoval průměrného zákazníka hromadného trhu
1708 (domácnosti), protože v rámci mobilního tarifu s daty domácnosti ještě v roce 2017 přenesly
1709 pouze 37 % dat z celkového objemu přenesených dat, v roce 2020 to bylo až 64 % dat z
1710 celkového objemu přenesených dat. Spotřeba přenesených dat průměrného zákazníka
1711 hromadného trhu (domácnosti) vzrostla z 7,14 GB za rok na 37,7 GB za rok. Jde o absolutně
1712 bezprecedentní nárůst, jelikož spotřeba dat průměrného firemního zákazníka rostla ve
1713 sledovaném období o 40 % ročně a typického zákazníka hromadného trhu (domácnosti) až
1714 o 75 % ročně.

Díličí závěr k segmentaci maloobchodního trhu:

Segmentace trhu s mobilními službami na domácnosti (hromadný trh) a firemní zákazníky prokázala, že tyto dva zákaznické segmenty jsou navzájem odděleny, a to jak z hlediska zákaznického chování, tak z hlediska úrovně průměrných jednotkových cen za jednotlivé typy mobilních služeb.

Firemní zákazníci, ve srovnání s domácnostmi, intenzivněji využívají hlasové služby a služby SMS, a naopak, méně intenzivně využívají internet v mobilu (datové služby). Intenzita využití internetu v mobilu v případě domácností stoupá průměrným tempem 75 % ročně, zatímco v případě firemních zákazníků je to jen 40 % ročně.

Z pohledu úrovně jednotkových plateb za jednotlivé typy mobilních služeb domácnosti platí v průměru až o 45 % více za 1 minutu hlasové služby a o 88 % více za 1 odeslanou zprávu SMS.

1715

2.1.5 Územní vymezení maloobchodního trhu

1716 Podle bodu 51 Pokynů, v odvětví elektronických komunikací se zeměpisný rozsah
1717 relevantního trhu tradičně určuje na základě dvou hlavních kritérií:

- 1718 • oblast pokrytá sítí (v praxi tato oblast odpovídá hraničním oblastem, ve které má
1719 provozovatel provozní povolení);

1720 • existence právních a jiných regulačních nástrojů (mobilní operátoři mohou například
1721 poskytovat pohyblivé služby pouze v zeměpisných oblastech, u nichž jim byla udělena
1722 povolení pro používání rádiového spektra).

1723 Mobilní operátor získává přiděly rádiových kmitočtů k poskytování mobilních služeb na
1724 území České republiky. A také, potenciální územní rozsah aktivních komunikačních činností
1725 je omezen působností zákona o elektronických komunikacích a souvisejících právních
1726 předpisů na Českou republiku.

1727 Pokrytí sítěmi 2G 3 MNO v ČR přesahovalo v 5/2022 99 % obyvatelstva. Pokrytí sítěmi
1728 4G v ČR dosáhlo u 3 MNO hodnotu 92,2 % až 94,6 % obyvatelstva ČR. Pokrytí sítěmi 5G
1729 dosáhlo u 3 MNO hodnoty 8,7 % až 22,8 % obyvatelstva ČR⁵⁹.

1730 Na základě analýzy všech 139 poskytovatelů mobilních služeb v ČR lze konstatovat,
1731 že žádný z poskytovatelů mobilních služeb v ČR nabídku svých mobilních služeb neomezuje
1732 jenom na specifické části území ČR. Tento závěr platí i v případě poskytovatelů mobilních
1733 služeb z kategorie virtuálních operátorů (MVNO), kteří disponují vlastní a/nebo pronajatou
1734 pevnou telekomunikační infrastrukturou, prostřednictvím které poskytují pevné
1735 telekomunikační služby, zejména připojení na internet nebo TV služby (tzv. „3-play“ produkty).
1736 V případě, že tito „regionální“ poskytovatelé poskytují služby pevné a mobilní komunikace v
1737 balíku, jsou tyto balíky v jejich nabídce z pohledu fixní části nabídky logicky limitovány na
1738 geografické území, které pokrývají pevnou telekomunikační infrastrukturu.

1739 Z pohledu mobilní části logicky plnohodnotná mobilní služba (hlas, SMS, data) vázána
1740 jenom na část území ČR nemá pro drtivou většinu koncových zákazníků v ČR smysl a
1741 opodstatnění – významným aspektem při posuzování územního vymezení trhu je také
1742 konzumace nabízených a poskytovaných mobilních služeb. Z technické povahy všech
1743 nabízených mobilních služeb v ČR lze konstatovat, že jsou zákazníky konzumovány na celém
1744 území ČR. Ani ze strany poskytovatelů mobilních služeb není tato konzumace technicky a ani
1745 smluvně omezována.

1746 Na základě analýzy 663 veřejně nabízených služeb všech mobilních operátorů je
1747 možné konstatovat, že tyto mobilní služby jsou na celém území ČR poskytovány za stejných
1748 cenových podmínek, tj. geografická poloha pokrytí služby a/nebo konzumace služby není
1749 cenovým diferenciatorem. Soutěžní podmínky na celém území ČR tak lze považovat za
1750 dostatečně homogenní. Územním vymezením maloobchodního trhu mobilních služeb je tedy
1751 území celé ČR.

1752 Na základě analýzy podmínek velkoobchodních smluv uzavřených mezi MNO a MVNO
1753 v ČR je možné konstatovat, že výše uvedená kritéria pokrytí (dostupnosti), konzumace a ceny
1754 služeb platí bez výjimek i na trhu velkoobchodním.

Dílčí závěr k územnímu vymezení maloobchodního trhu:

Na základě identifikace potenciálního územního rozsahu je tedy možné geograficky ohraničit relevantní maloobchodní trh na Českou republiku.

⁵⁹ Zdroje: www.o2.cz, www.t-mobile.cz, www.vodafone.cz a <https://digi.ctu.cz/pokryti/pokryti/pokryti/pokryti/>

1755

2.1.6 Časové vymezení maloobchodního trhu

1756
1757
1758

Jak vyplývá zejména z části C.8, relevantní trh i ukládaná nápravná opatření ČTÚ jsou uvažována v časovém horizontu do konce roku 2024, tj, dokud nedojde ke vstupu nového celonárodního MNO na maloobchodní a velkoobchodní trh.

Dílčí závěr k časovému vymezení maloobchodního trhu:

Vzhledem k výše uvedenému je časový rámec pro definování a analýzu velkoobchodního trhu stanoven do konce roku 2024, do doby, kdy je možno reálně očekávat dopady opatření nastavených v rámci aukce kmitočtů 700 MHz na trh.

1759

2.1.7 Mezinárodní srovnání

1760
1761
1762

Věcné, časové i územní vymezení maloobchodního trhu mobilních služeb, tak jak je uvedeno v této analýze, je podpořeno také recentními studiemi renomovaných společností, jak je uvedeno níže.

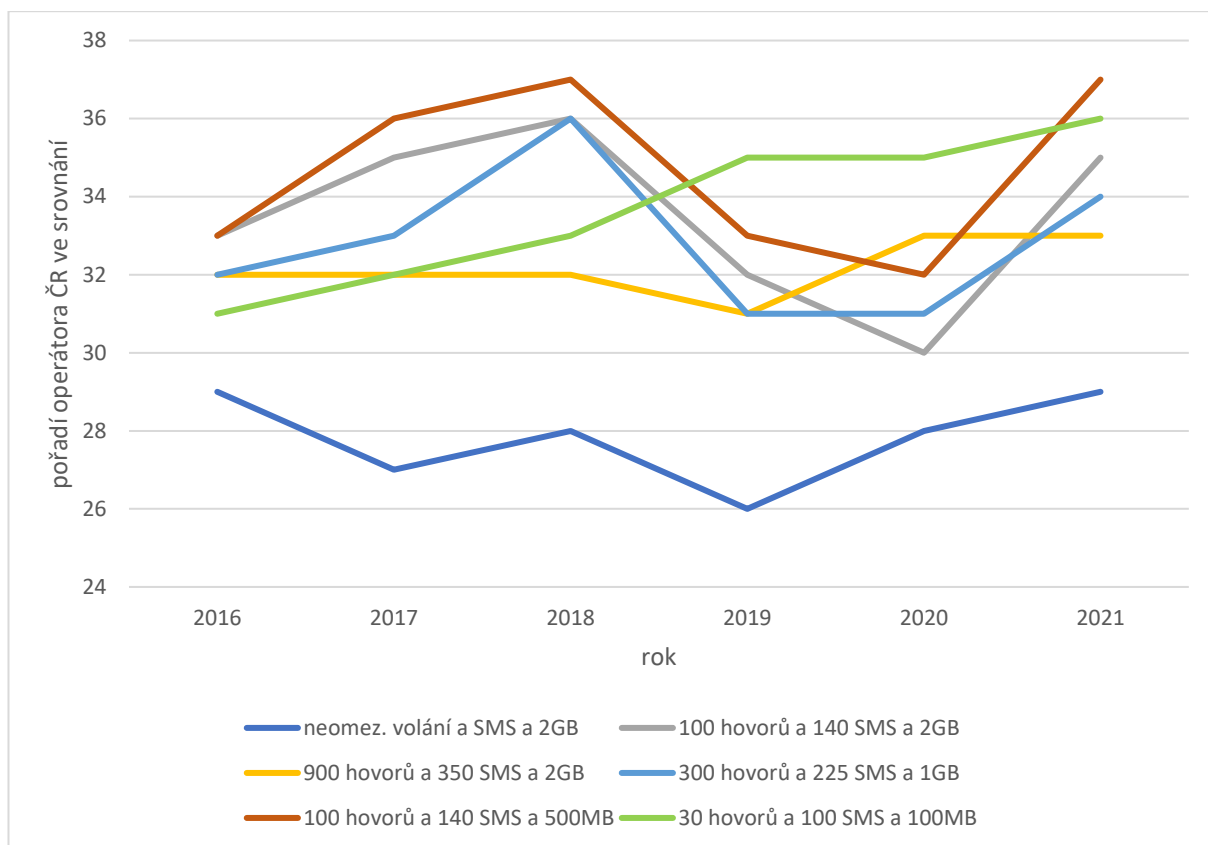
1763
1764

Relevantní maloobchodní trh, který zahrnuje mobilní hlasové služby, služby SMS a internet v mobilu, má své charakteristiky, které ho definují a zároveň určují jeho rámec.

1765
1766
1767
1768
1769
1770

Určující charakteristikou z hlediska maloobchodní poptávky je dostupnost nabízených mobilních služeb. Podle studie společnosti KPMG s názvem „Česká digitální domácnost – Operátor budoucnosti“⁶⁰, jejíž základ tvořily data z nezávislého průzkumu provedeného koncem roku 2020 na vzorku 1 000 respondentů z České republiky, kteří měli doma pevné připojení k internetu nebo využívají mobilní data, pokud jde o mobilní hlasové služby a služby SMS, pro všechny respondenty jde o samozřejmou komoditu.

⁶⁰ Zdroj: https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/cz/pdf/KPMG_Ceska_digitalni_domacnost_2018.pdf



Graf 64: Pozice mobilního operátora v mezinárodním srovnání zemí OECD
Zdroj: OECD – TELIGEN, 2022

1771
1772
1773

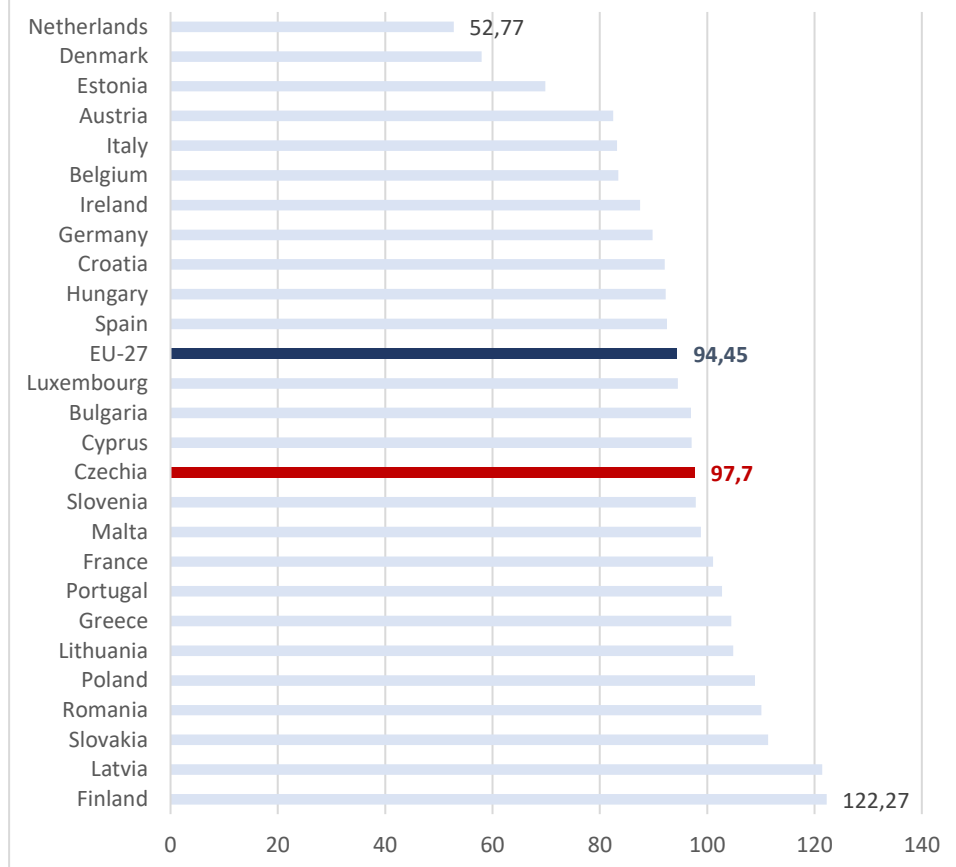
1774 Mobilní hlasové služby a služby SMS ale patří v ČR mezi poměrně drahé komodity,
1775 což vyplývá z porovnání zemí OECD, a Česko obvykle patří mezi 40 % zemí s nejvyšší cenou
1776 za tyto služby v rámci celého světa. Průzkum OECD v roce 2020 také ukázal, že ČR patří mezi
1777 32 % zemí s nejvyšší cenou mobilních hlasových služeb a služeb SMS na světě. Navíc, pokles
1778 cen za tyto služby je nižší, než je průměr zemí OECD. To je mimo jiné patrné z výše uvedeného
1779 grafu se srovnáním spotřebních košů mobilních služeb v rámci OECD za rok 2021. Z
1780 uvedeného je patrné, že v roce 2021 se pozice ČR mezi srovnávanými zeměmi ještě zhoršila,
1781 když téměř ve všech spotřebních koších mobilních služeb došlo ke zhoršení pozice ČR.

1782 ČR také patří k zemím, ve kterých ceny mobilních komunikačních služeb klesaly
1783 pomaleji, než je průměr EU.

Indexy cen mobilních služeb v prosinci 2021 (2015 = 100)

Pramen: Eurostat, dataset HICP - Wireless telephone services

Název datasetu: "HICP - monthly data (index)
[PRC_HICP_MIDX__custom_2143322]"



Graf 65: Pozice ČR v mezinárodním srovnání zemí EU v poklesu cen mobilních komunikačních služeb
Zdroj: Eurostat, 2022

1784
1785
1786

1787 Dle dostupných mezinárodních srovnání cen za mobilní služby patří ČR k zemím s
1788 nejdražšími mobilními službami minimálně v rámci EU-27 (viz srovnání Cable.co.uk a OECD
1789 Teligen). Jedná se o dlouhodobý znak českého mobilního trhu. Vstup MVNO na český trh měl
1790 zvýšit konkurenci a vytvořit reálnou alternativu pro část efektivní poptávky po mobilních
1791 službách v ČR. Navzdory těmto cílům musíme konstatovat, že potenciál MVNO v současném
1792 tržním prostředí se nenaplnil, čehož důkazem je neuspokojivý cenový vývoj v oblasti mobilních
1793 služeb.

1794 Měření harmonizovaného indexu cen metodikou EUROSTAT (HICP) pro bezdrátové
1795 telefonní služby ukazuje, že ceny mobilních služeb klesají nejen v ČR, ale i v dalších 16 zemích
1796 EU-27. Konkrétně, úroveň cen bezdrátových telefonních služeb v ČR v prosinci 2021 poklesla
1797 oproti roku 2015 jen o 2,3 %, zatímco v zemích EU-27 ceny bezdrátových telefonních služeb
1798 v prosinci 2021 poklesly oproti roku 2015 o 5,6 %, přičemž rekordní pokles byl zaznamenán v
1799 Nizozemsku na úrovni 47 %.

1800 V ČR tedy klesají ceny mobilních služeb z nejvyšších úrovní v rámci EU-27 a zároveň
1801 o polovinu pomaleji, než je průměr v zemích EU-27.

1802 Protože průzkum v rámci studie KPMG a následné analytické zpracování jeho výsledků
1803 prokázalo, že mobilní hlasové služby a služby SMS vnímají respondenti jako velmi podobné a
1804 hlavní rozdíly v nabídkách pozorují hlavně při mobilních datových službách, je nezbytné
1805 popsat zvlášť i vývoj mobilních datových služeb.

1806 Studie KPMG prokázala, že s dynamickým vývojem „chytrých“ mobilních telefonů se
1807 značná část aktivit na internetu přesouvá právě do mobilních datových služeb. Konkrétní
1808 závěry z této studie jsou následující:

- 1809 • přibližně třetina respondentů využívá mobilní datové služby na sledování filmů, TV a
1810 seriálů;
- 1811 • více než polovina respondentů využívá mobilní datové služby na nákupy, platby a
1812 internet banking;
- 1813 • více než tři čtvrtiny respondentů využívá mobilní datové služby pro online komunikaci,
1814 vyhledávání informací a aktivity na sociálních sítích.

1815 Z 1 000 oslovených respondentů má 637 aktivní datový balíček s průměrnou spotřebou
1816 4 GB (na SIM s aktivními daty). Necelých 9 % datujících uživatelů má neomezená data a jako
1817 důvod nejčastěji uvádějí, že nechtějí neustále hlídat spotřebu. Až 63 % z respondentů, kteří
1818 mají neomezené balíčky, uvedlo, že omezené balíčky jim už nestačily a až 59 %, že data
1819 v mobilu využívá jako náhradu pevného připojení.

1820 V této souvislosti studie KPMG uvádí, že náchylnost ke změně mobilního operátora
1821 roste se spotřebou dat. Zatímco z respondentů, kteří data v mobilu nevyužívají, plánuje změnu
1822 9 %, u respondentů s balíčkem nad 1 GB je to téměř dvojnásobek, tedy 17 %.

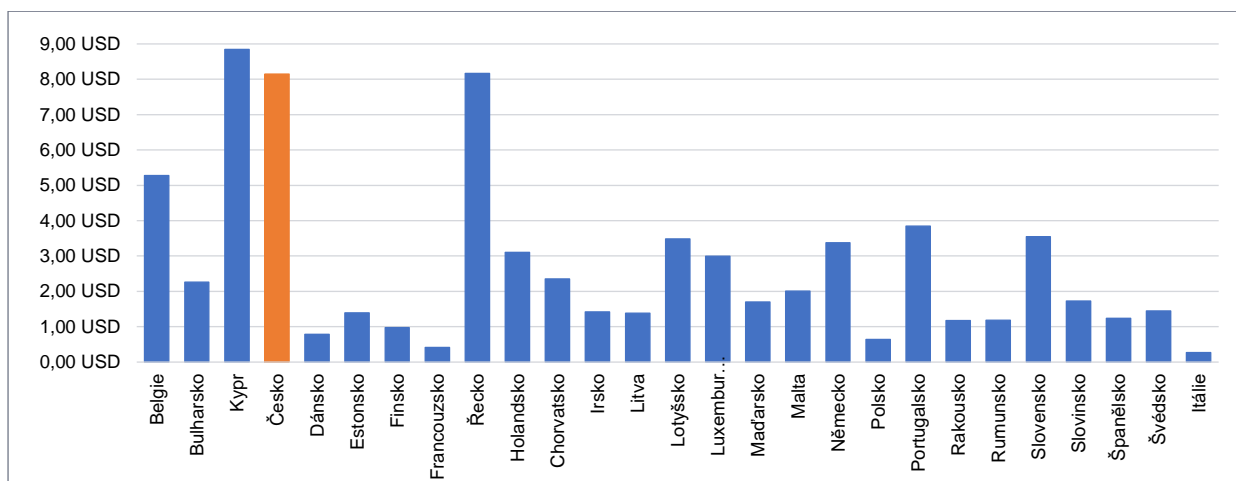
1823 Současně však studie prokázala, že přibližně 20 % obyvatel České republiky nemá
1824 přístup k mobilním datovým službám z důvodu jejich ceny a také, že cena za mobilní data
1825 a samotný objem dostupných dat jsou důležitými aspekty při rozhodování o nákupu produktu
1826 mobilních služeb pro více než 80 % respondentů.

1827 Uvedené závěry potvrzuje analýza společnosti Cable.co.uk, která je nezávislou
1828 společností registrovanou ve Velké Británii, která již přes deset let provozuje celosvětový
1829 porovnávač podmínek poskytování produktů širokopásmových, televizních, pevných
1830 a mobilních balíčků od předních britských a světových poskytovatelů širokopásmového
1831 připojení, televize, telefonních a mobilních služeb.

1832 Analýza „Worldwide Mobile Data Pricing 2021“ mapovala cenu mobilních datových
1833 služeb ve 230 zemích, přičemž použila následující metodiku:

- 1834 • veškerá shromážděná data o cenách mobilních datových služeb platí pro SIM karetní
1835 tarify, které obsahují i mobilní hlasové služby a služby SMS, stejně jako čisté datové
1836 tarify určené do tabletů nebo notebooků;
- 1837 • v prvním kroku byly shrnuty všechny nabídky poskytovatelů mobilních datových
1838 služeb jednotlivě za každou zemi a až následně byl z těchto dat za každou zemi
1839 určený průměrný produkt;
- 1840 • pokud poskytovatel mobilních datových služeb nabízí identické produkty, ovšem s
1841 různými doplňky a akčními nabídkami nebo byla identifikována rozdílná cenová

- 1842 úroveň podle regionu v rámci jedné země, do sumarizace byla zahrnuta nejlevnější
1843 verze produktu;
- 1844
- do porovnání byly zahrnuty pouze produkty pro hromadný trh (domácnosti);
- 1845
- nabídky pro firemní zákazníky byly vyloučeny, a to z důvodu, že většina produktů pro
1846 firemní zákazníky je dojednávána individuálně;
- 1847
- ze stejného důvodu nebyly do sumarizace produktů zahrnuty turistické nabídky a
1848 nabídky, které umožňovaly množstevní slevy nebo slevy při využívání více typů
1849 služeb od jednoho poskytovatele;
- 1850
- v případech, kdy nabídky na produkty mobilních datových služeb nebyly veřejně
1851 dohledatelné a poskytovatelé je nabízeli osobně, telefonicky nebo e-mailem, byly ze
1852 strany realizátora této analýzy osloveni osobní poptávkou;
- 1853
- maximální počet produktů na jednu zemi byl 60, přičemž nabídky nad tento počet
1854 pravděpodobně měly zanedbatelný vliv na stanovení průměrného produktu;
- 1855
- ceny produktů byly zaznamenány v jejich inzerované měně a následně převedeny na
1856 americké dolary (USD) s cílem dosáhnout srovnatelnosti výsledků;
- 1857
- v případě neomezených datových balíčků byla cena za 1 GB dat stanovena jako podíl
1858 průměrné spotřeby mobilních dat v dané zemi a ceny za daný produkt;
- 1859
- průměry spotřeby mobilních dat byly počítány jako medián ze všech zaznamenaných
1860 produktů s datovými limity;
- 1861
- přepočty cen produktů z místní měny na americké dolary byly převedeny měnovým
1862 kurzem platným ke dni 23. 3. 2021;
- 1863
- pro vyloučení všech pochybností, součástí datových podkladů pro analýzu jsou i
1864 konkrétní data k získání potřebných údajů o konkrétním produktu mobilních datových
1865 služeb;
- 1866
- průměrná cena za GB dat za měsíc se vypočítá jako průměr nejlevnějšího a
1867 nejdražšího gigabajtu dat v každé zemi;
- 1868
- cena průměrného produktu za konkrétní zemi na měsíc se vypočítá na základě
1869 jednoho GB dat;
- 1870
- průměrná cena za jeden GB dat na měsíc za každou zemi se počítá jako medián cen
1871 ze zaznamenaných produktů za danou zemi.



Graf 66: Průměrná cena 1 GB dat v rámci mobilních datových služeb v USD
Zdroj: Cable.co.uk, Worldwide Mobile Data Pricing 2021

1872
1873
1874

1875 Podle výše uvedené analýzy společnosti Cable.co.uk platí zákazníci na hromadném
1876 trhu v České republice za mobilní datové služby až třetí nejvyšší ceny v rámci EU. Konkrétně,
1877 cena za 1 GB mobilních dat je v České republice o 200 % vyšší než průměr EU a téměř
1878 šestinásobná oproti průměru ostatních zemí V4.

1879 Další informace k mezinárodnímu srovnání jsou uvedeny v části C.3 tohoto
1880 dokumentu.

Dílčí závěr k mezinárodnímu srovnání:

Studie společnosti KPMG „Česká digitální domácnost – Operátor budoucnosti“ prokázala, že hlasové služby a služby SMS jsou vnímány koncovými zákazníky jako samozřejmost, což znamená, že dostupnost mobilních služeb není již v současnosti definována primárně jako dostupnost hlasových služeb a služeb SMS, ale jako dostupnost nabídky hlasových služeb, SMS a datových služeb.

Mezinárodní srovnání cen mobilních datových služeb „Worldwide Mobile Data Pricing 2021“ prokázalo, že cena mobilních dat je v České republice třetí nejvyšší v rámci zemí EU, přičemž současně je o 200 % vyšší než průměr EU a téměř šestinásobná oproti průměru ostatních zemí V4.

Podobný závěr je možné vidět i v mezinárodním srovnání cenových úrovní hlasových služeb a služeb SMS, zpracovaném OECD, které prokázalo, že Česká republika patří mezi 40 % zemí s nejvyšší cenou za tyto služby v rámci celého světa, přičemž průzkum OECD v roce 2020 ukázal, že patří mezi 32 % zemí s nejvyšší cenou mobilních hlasových služeb a služeb SMS na světě. Navíc, pokles cen za tyto služby je nižší, než je průměr zemí OECD, což dokládá cenové srovnání spotřebních košů v rámci průzkumu OECD z roku 2021, kde se pozice ČR ještě zhoršila.

Tato mezinárodní srovnání indikují, že na relevantním maloobchodním trhu nedochází k účinné hospodářské soutěži, jelikož trh negeneruje ceny za mobilní služby, a to zejména perspektivní datové služby, které by odpovídaly průměru EU z pohledu běžných cen, jakož i z pohledu parity kupní síly.

1881 **2.2 Hodnocení míry konkurence na maloobchodním trhu**

1882 V souladu s Pokyny a Metodikou analýz relevantních trhů byla následně hodnocena
1883 míra konkurence na vydefinovaném relevantním maloobchodním trhu.

1884 Nejprve byla provedena analýza konkurence z pohledu tržních podílů, jak je uvedeno
1885 níže. Dále byly při hodnocení míry konkurence vzaty v potaz další skutečnosti z trhu.

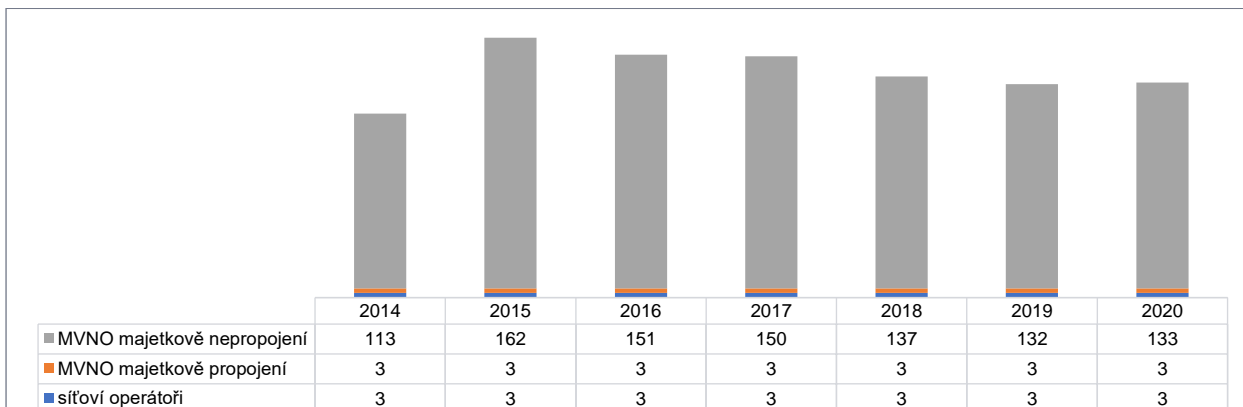
1886 Dle srovnání ceníkových maloobchodních nabídek v České republice je patrné, že
1887 virtuální operátoři nemají takový vliv, aby příznivě ovlivňovali cenovou hladinu ve prospěch
1888 spotřebitelů, zejména u mobilních tarifů s vysokým objemem dat.

1889 Ze srovnání dynamiky vývoje tržních podílů jednotlivých subjektů působících na trhu,
1890 ze kterého je zřejmá značná rozdílnost obou srovnávaných zákaznických segmentů v
1891 neprospěch segmentu domácností.

1892 V neposlední řadě je klíčové srovnání nabídek mobilních datových služeb dle ceníků
1893 operátorů v zemích EU, kdy Česká republika je v tomto ohledu hodnocena jako jedna z
1894 nejdražších zemí EU.

1895 Relevantní maloobchodní trh v České republice tvořilo ke konci roku 2020 celkově 139
1896 subjektů, z nichž jsou 3 subjekty v postavení síťových operátorů, 3 subjekty jsou MVNO
1897 propojenými se síťovými operátory (O2 Family, Tesco Mobile a COOP Mobil) a 133 MVNO,
1898 kteří nejsou propojeni se síťovými operátory. Majetková propojenost zmíněných tří virtuálních
1899 operátorů znamená, že síťoví operátoři vlastní podíl na aktivech virtuálních operátorů. Rovněž
1900 je třeba uvést, že k virtuálním operátorům majetkově nezávislým se síťovými operátory je pro
1901 účely této analýzy zařazena i společnost Nordic Telecom 5G, a.s., která dříve poskytovala
1902 dotyčné služby mobilního internetu prostřednictvím své mobilní CDMA sítě.

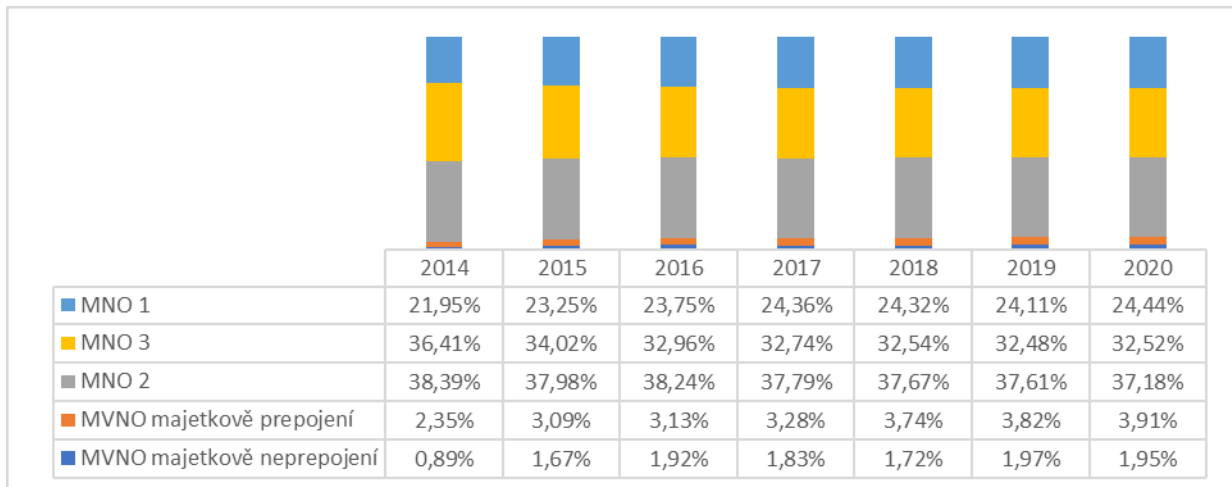
1903 Z hlediska vývoje počtu subjektů na relevantním maloobchodním trhu v čase je počet
1904 síťových operátorů a počet MVNO propojených se síťovými operátory stabilní. Dynamickým
1905 prvkem na trhu je klesající počet MVNO nepropojených se síťovými operátory. Od roku 2015,
1906 kdy došlo k masivnímu vstupu nových MVNO na trh, dochází k meziročnímu snižování počtu
1907 nepropojených MVNO průměrným tempem 4 % ročně.



1908 Graf 67: Vývoj počtu mobilních operátorů na relevantním maloobchodním trhu v České republice
1909 Zdroj: ČTÚ, 2022
1910

1911 Tržní podíly z pohledu agregovaných tržeb reprezentují kvalitativní pohled na
1912 koncentraci maloobchodního trhu mobilních služeb. Výpočet podílů za agregované tržby za

1913 činnosti v rámci mobilních služeb ukazuje, že tržní podíly síťových operátorů jsou dlouhodobě
 1914 poměrně stabilní.



Graf 68: Tržní podíly subjektů tvořících nabídkovou stranu relevantního maloobchodního trhu – agregované tržby za činnosti v rámci mobilních služeb
 Zdroj: ČTÚ, 2022

1915
 1916
 1917
 1918

1919 O rozdělení trhu a nedostatku soutěže svědčí kromě snižujícího se počtu MVNO a
 1920 dalších aspektů uvedených v této kapitole také prohlášení některých MNO. Např. manažeři
 1921 skupiny PPF, vlastníka operátora O2, na prezentaci hospodářských výsledků v březnu 2020
 1922 výslovně uvedli následující prohlášení, ze kterého vyplývá, že hospodářská soutěž na trhu
 1923 v České republice je potlačena a trh je rozdělen mezi existující tři MNO:

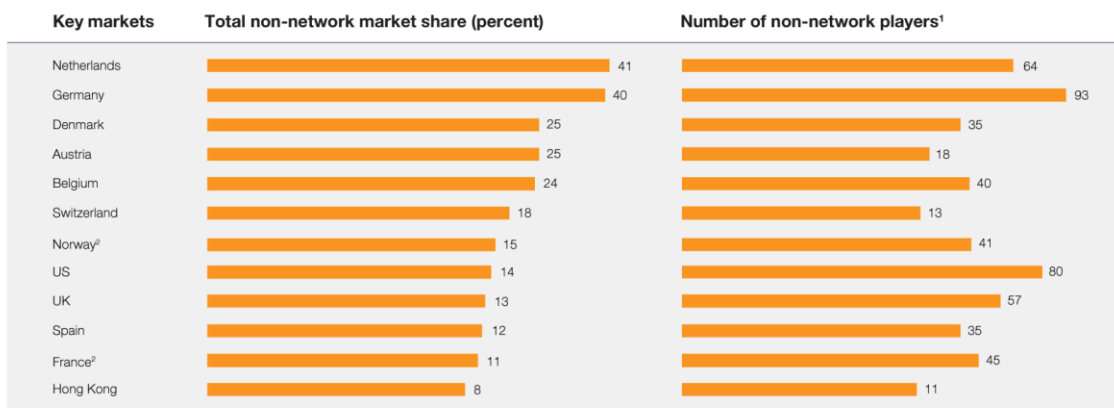
1924 *"...We do not see any probable triggers for the competition to intensify... Competition in*
 1925 *all our telco markets is **muted** to manageable, **mobile markets are distributed among***
 1926 ***3 main players** and market shares have principally stabilized. **None of our relevant***
 1927 ***existing competitors is unreasonably aggressively competitive, nor we are***
 1928 *challenged by **any new entrant or 4th mobile operators which would be material***
 1929 ***threat to market stability...**"⁶¹*

1930 Podle již zmiňované studie „Virtually Mobile: What drives MVNO success“⁶² dosahuje
 1931 tržní podíl MVNO na vyspělých trzích 10–40 %, a to s výrazně nižším počtem MVNO, než je
 1932 tomu v ČR.

⁶¹ Prohlášení je k poslechnutí na následujícím odkaze přibližně od 12. minuty: <https://www.ppftelecom.eu/files/fr07-2020303-ppftelecom-group-investor-call-fy2019-20b.mp3>.

⁶²Zdroj: [https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/dotcom/client_service/Telecoms/PDFs/February%202015%20-%20Recall%20papers/Virtually Mobile 2014-06.ashx](https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/dotcom/client_service/Telecoms/PDFs/February%202015%20-%20Recall%20papers/Virtually%20Mobile%202014-06.ashx)

MVNOs in developed markets control between approximately 10 and 40% of the mobile business



¹ Data as of YE 2013 or 2012 based on latest availability in the country

² Excluding the second brands affiliated to telecoms operators

SOURCE: Pyramid; press clippings; McKinsey

Obrázek 21: Přehled pozice MVNO na vyspělých trzích

Zdroj: studie Virtually Mobile: What Drives MVNO Success od společnosti McKinsey&Company

1933
1934
1935

1936 Na prokázání nízké míry konkurence na maloobchodním trhu byla také použita teorie
1937 her v části C.7.

Dílčí závěr k hodnocení míry konkurence na vymezeném maloobchodním trhu:

Na základě provedené analýzy, včetně aplikace teorie her, a výše uvedeného hodnocení situace na maloobchodním trhu, lze konstatovat, že maloobchodní trh mobilních služeb vykazuje znaky nedostatku efektivní hospodářské soutěže. Proto v souladu s Pokyny a Metodikou analýz relevantních trhů je nutné přistoupit k vymezení nadřazeného velkoobchodního trhu mobilních služeb.

Na maloobchodním trhu mobilních služeb je nabídka tvořena převážně síťovými operátory, přičemž podíl virtuálních operátorů je minoritní. Tržní podíly síťových operátorů zůstávají dlouhodobě vyrovnané a struktura trhu se nijak nemění.

1938 2.3 Vysoké zisky síťových operátorů v ČR na úkor spotřebitelů

1939 Výše popsaná situace na trhu vede k dlouhodobě vysokým ziskům MNO z českého
1940 trhu. MNO tyto zisky realizují díky ekonomicky neodůvodněné vysoké úrovni maloobchodních
1941 i vyšší velkoobchodních cen, tedy na úkor prospěchu koncových uživatelů.

1942 Tato skutečnost je patrná např. ze srovnání provozního zisku (EBITDA) dosahovaného
1943 v jednotlivých zemích EU a pozice dané země v mezinárodním cenového srovnání EK.

Země	Počet MNO na trhu	Počet obyvatel	Pozice země v cen. srov. EU (2021)	% změna oproti průměru EU 5 GB dat a 300 volných minut	% změna oproti průměru EU 5 GB dat a nekonečné hovory	% změna oproti průměru EU 20 GB dat	% změna oproti průměru EU 10 GB dat a 900 volných minut	DT (T-Mobile) EBITDA AL marže	Vodafone EBITDA AL marže	PPF Telecom (O2) EBITDA AL marže
Polsko	4	37 840 001	3.	-60,54%	-69,79%	-68,20%	-70,98%	26,98%	-	-
Itálie	5	59 236 213	4.	-56,49%	-66,68%	-70,22%	-68,00%	-	37,14%	-
Rumunsko	4	19 201 662	2.	-71,26%	-68,13%	-83,72%	-57,64%	20,73%	-	-
Rakousko	3	8 932 664	8.	-41,97%	-53,09%	-40,08%	-54,95%	36,05%	-	-
Spojené království	4	67 025 542	-	-34,84%	-50,10%	-19,27%	-52,08%	-	20,88%	-
Německo	3	83 155 031	14.	7,07%	-18,01%	21,66%	-8,44%	39,40%	42,08%	-
Španělsko	4	47 398 695	22.	20,53%	-1,73%	58,22%	2,56%	-	21,29%	-
Chorvatsko	3	4 036 355	13.	-16,67%	-100,00%	-13,23%	9,40%	39,10%	-	-
Slovensko	3	5 459 781	28.	86,89%	43,12%	113,21%	37,46%	41,39%	-	40,68%
Bulharsko	3	6 916 548	19.	47,39%	-	16,54%	57,58%	-	-	45,23%
Maďarsko	3	9 730 772	23.	105,58%	57,42%	69,30%	89,43%	30,30%	-	38,87%
Česká republika	3	10 701 777	26.	87,30%	43,43%	88,39%	90,94%	41,10%	28,85%	35,29%
Řecko	3	10 678 632	27.	54,94%	500,05%	71,29%	214,50%	41,10%	-	-
Celkem (průměr) za mezinárodní skupinu								35,20%	32,96%	43,93%

Tabulka 7: Mezinárodní srovnání profitability a cenové úrovně vybraných MNO

Zdroj: webové stránky a výroční zprávy MNO, Evropská komise (<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/mobile-and-fixed-broadband-prices-europe-2020>)

1944
1945
1946

1947 Relativně vysoká profitabilita MNO v ČR ve spojení s vysokými cenami
1948 maloobchodních mobilních služeb, které patří k nejvyšším v Evropě, a to zejména na velice
1949 perspektivním trhu datových služeb, indikuje prostor ke zvýšení konkurence na
1950 maloobchodním trhu v ČR. Více o cenách mobilních služeb v ČR a jeho mezinárodním
1951 srovnání je uvedeno v části C.3.

1952 2.4 Vztah mezi maloobchodním a velkoobchodním trhem

1953 2.4.1 Systematické časové zpoždování velkoobchodní nabídky MNO 1954 oproti jejich maloobchodní nabídce

1955 Výše popsané zaměření na maloobchodní trh a sníženou motivaci obsluhovat
1956 velkoobchodní trh dokumentuje také mechanismus fungování velkoobchodních smluv
1957 uzavřených mezi MNO a MVNO.

1958 Komerční velkoobchodní služby v současnosti v ČR poskytované ze strany MNO na
1959 velkoobchodním trhu pro MVNO jsou zpravidla na základě požadavku MNO při uzavření
1960 smlouvy s MVNO postavené na předdefinovaných balíčcích hlasu, SMS a služeb, které MNO
1961 pro MVNO na základě definice a požadavku MVNO nacení. Změnové řízení, tj. technické a
1962 komerční spuštění nových balíčků ze strany MNO pro MVNO zpravidla trvají od požadavku po
1963 nasazení 6–12 měsíců⁶³, přičemž podmínkou spuštění je dohoda MNO a MVNO na
1964 komerčních a technických parametrech balíčku, kterou není možno smluvně vynutit. To v praxi
1965 znamená, že MVNO nemají možnost flexibilně přizpůsobovat svou nabídku nejnovějším

⁶³ Zdroj: analýza velkoobchodních smluv a odpovědí MVNO na dotazy ČTÚ z 7/2021, zpracovaná společností IstroAnalytica Advisory s.r.o.

1966 nabídkám ze strany MNO, které mají vůči nabídkám MVNO „náskok“ uvedených 6–12 měsíců.
1967 Tato skutečnost je zřejmá při analýze nabídky tarifů s daty, které jsou v současnosti klíčové
1968 v tržní soutěži o zákazníka na maloobchodním trhu (viz tabulky č. 1 až 3).

1969 Mechanismus velkoobchodních služeb MNO také neobsahuje „proaktivní“ prvek, který
1970 by umožnil MVNO reagovat na nabídku služeb (resp. konkrétní kampaně) MNO na
1971 maloobchodním trhu od „bodu 0“, tzn. spustit pro zákazníka kompetitivní nabídku ve stejný čas
1972 jako MNO a vycházejíc ze stejných nákladových podmínek. Kampaně MNO tak není možné
1973 pro MVNO ve stejnou dobu replikovat na maloobchodním trhu.

1974 **2.4.2 Nedostatek soutěže a jednostranné stanovování podmínek** 1975 **velkoobchodních smluv ze strany MNO**

1976 MVNO nemají ve vyjednávání podmínek velkoobchodní spolupráce žádnou
1977 vyjednávací pozici a podmínky těchto velkoobchodních smluvních vztahů jsou jednostranně
1978 určovány ze strany MNO. Nelze přitom předpokládat, že by se tento stav bez regulačního
1979 zásahu mohl do konce roku 2024 změnit.

1980 Na velkoobchodním trhu MNO navzájem nesoutěží. Dle informací ČTÚ MNO neusilují
1981 o získání MVNO jako zákazníků na velkoobchodním trhu na základě konkurenčních nabídek.
1982 MVNO musí ve většině případů spoléhat pouze na nabídku jednoho MNO, vůči kterému
1983 nemají žádnou vyjednávací pozici a musí proto akceptovat jakékoli podmínky, které tento MNO
1984 požaduje. Smlouvy mezi MNO a MVNO tak obsahují pro MVNO nevýhodná ujednání
1985 vynucená ze strany MNO, která by běžný obchodní partner ve vyrovnaném komerčním jednání
1986 na efektivně konkurenčním velkoobchodním trhu nepřijal.

1987 Například v červenci 2021 společnost T-Mobile ukončila velkoobchodní smlouvu s 12
1988 MVNO bez udání důvodu, a to na základě vynucených extrémně krátkých výpovědních lhůt,
1989 které MVNO neumožňovaly zajistit si náhradní velkoobchodní plnění od jiných MNO. Teprve
1990 po intervenci ČTÚ společnost T-Mobile výpovědní lhůty prodloužila. Přestože informace o
1991 ukončení smluv byla široce dostupná v médiích, podle zjištění ČTÚ ani jeden z těchto MVNO
1992 nedostal nabídku velkoobchodní spolupráce od konkurenčních velkoobchodních
1993 poskytovatelů, tedy ani od O2 ani od Vodafone. Dokonce ani MVNO, kteří se na O2 či na
1994 Vodafone sami proaktivně obrátili, nezískali od těchto teoreticky konkurenčních operátorů
1995 nabídku, která by jim umožnila v rámci z médií známé výpovědní doby změnit poskytovatele
1996 velkoobchodních služeb. Po zásahu ČTÚ a mediačních jednáních byly smlouvy o přístupu
1997 mezi T-Mobile a MVNO uzavřeny.

1998 Významná část z uvedených MVNO byli a jsou integrovaní operátoři, nabízející také
1999 fixní telekomunikační služby na maloobchodním trhu. Bez uzavření nové velkoobchodní
2000 smlouvy na mobilní služby by tito MVNO nejen nebyli schopni fungovat na maloobchodním
2001 trhu mobilních služeb, ale také by se, vzhledem k rostoucí popularitě balíčků mobilních a
2002 fixních služeb, zhoršila jejich pozice na maloobchodním trhu fixních služeb. Tito operátoři jsou
2003 tak nuceni akceptovat jakékoli podmínky velkoobchodní spolupráce požadované ze strany
2004 MNO.

2005 **2.5 Definice velkoobchodního trhu**

2006 Pro účely definice nadřazeného velkoobchodního trhu je nutné vycházet z věcného
2007 vymezení maloobchodního trhu.

2008 Při definování trhu (maloobchodního i velkoobchodního) v souladu s Pokyny byl brán
2009 do úvahy stávající stav rozvoje sítí a služeb a aplikoval se přístup zaměřený na budoucnost
2010 („forward looking approach“), na což klade důraz i bod 2.1 Vysvětlujícího memoranda a
2011 Pokynů.

2012 Při stanovení základní služby (fokálního produktu) se vyšlo jak z dosavadního vývoje,
2013 tak i z předpokládaného vývoje do budoucna, a to zejména s ohledem na zastoupení
2014 jednotlivých druhů služeb na trhu, podílů a potenciálu dalšího růstu.

2015 Při hodnocení zastupitelnosti byl brán do úvahy rozvoj mobilních sítí 4G a 5G. Rovněž
2016 bylo zohledněno průběžné snižování významu sítí 2G, popř. 3G sítí, pro poskytování datových
2017 mobilních služeb ve sledovaném období.

2018 Na základě vymezení relevantního maloobchodního trhu jsou do vymezení
2019 velkoobchodního trhu přístupu k mobilním službám zahrnuty mobilní hlasová volání, služby
2020 SMS a mobilní datové služby. Do vymezení velkoobchodního trhu jsou tedy zahrnuty pouze
2021 nabídky služeb, které jsou předmětem vymezení relevantního maloobchodního trhu, a které
2022 jsou poskytovány na základě uzavřených velkoobchodních smluv (s MNO či MVNE) či
2023 samotnými MNO.

2024 Velkoobchodní trh je definován jako jeden velkoobchodní trh přístupu ke všem
2025 mobilním službám, které bývají nabízeny pod jednou velkoobchodní smlouvou. Velkoobchodní
2026 trh by měl umožnit MVNE/MVNO nakoupit mobilní služby a následně MVNO umožnit je
2027 prodávat na navazujícím maloobchodním trhu. Tento trh zahrnuje jak služby pro plnohodnotné
2028 (Full) MVNE/MVNO, tak pro ostatní úrovně MVNE/MVNO.

2029 Na vymezeném velkoobchodním trhu působí na straně nabídky mobilní síťoví operátoři
2030 (MNO) a v omezeném rozsahu poskytovatelé velkoobchodní virtuální mobilní platformy
2031 (MVNE). Tito poskytovatelé velkoobchodních služeb (MNO a MVNE) poskytují služby na
2032 vymezeném trhu mobilních služeb na základě smluv, které lze označit jako velkoobchodní
2033 smlouvy o přístupu a jiné velkoobchodní smlouvy mezi podnikateli v elektronických
2034 komunikacích, které upravují poskytování mobilních služeb. Dotčené velkoobchodní smlouvy
2035 o přístup k mobilním službám nijak smluvně nerozlišují poskytované velkoobchodní služby dle
2036 zákaznických segmentů na služby pro domácnosti a pro firmy. V tomto ohledu nebyl
2037 velkoobchodní trh zákaznický segmentován a vymezuje se jako velkoobchodní trh přístupu k
2038 výše uvedeným mobilním službám (hlasové služby, služby SMS a datové služby), na jejichž
2039 základě mohou virtuální operátoři vytvářet balíčky těchto služeb na maloobchodním trhu. Na
2040 základě komerčně dohodnutých smluv jsou virtuální operátoři obvykle schopni nabízet služby
2041 jak pro domácnosti, tak i pro firemní zákazníky.

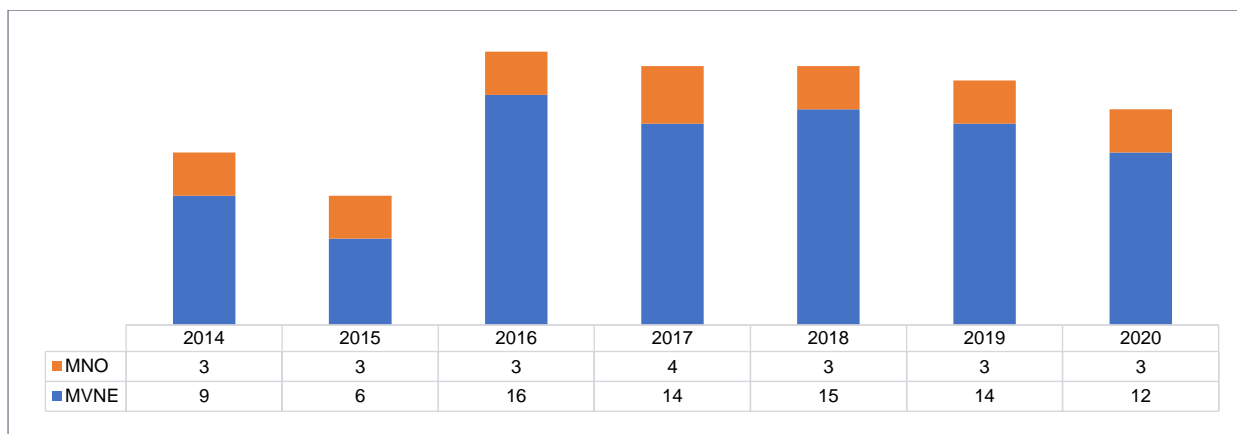
2042 Velkoobchodním trhem se rozumí trh přístupu k sítím (síťovým prvkům a přiřazeným
2043 prostředkům) a službám, využívaných k poskytování veřejně dostupných služeb
2044 elektronických komunikací v plném rozsahu služeb (vč. dat, hlasu, SMS).

2045 Pokud jde o územní a časové vymezení relevantního velkoobchodního trhu, závěry
2046 přebíráme z vymezení relevantního maloobchodního trhu, konkrétně, že:

2047 • územní rozsah relevantního velkoobchodního trhu je geograficky ohraničený na
2048 Českou republiku;

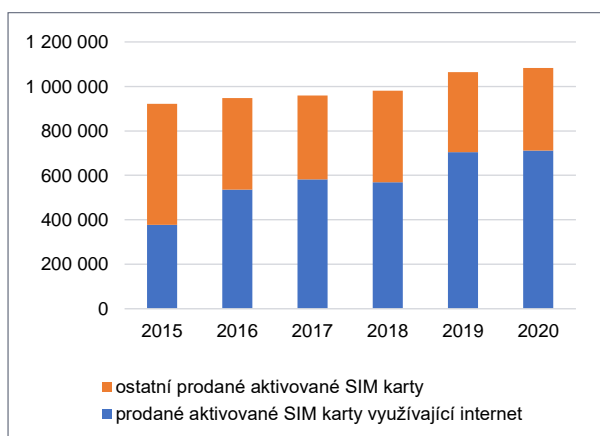
2049 • časový rámec pro definování a analýzu velkoobchodního trhu je stanoven obdobím
2050 od současnosti nejdéle do 31. 12. 2024.

2051 Relevantní velkoobchodní trh v České republice na nabídkové straně v současnosti
2052 tvoří 3 síťoví operátoři (MNO) a 12 poskytovatelů velkoobchodní virtuální mobilní platformy
2053 (MVNE). Většina poskytovatelů velkoobchodní virtuální mobilní platformy působí současně
2054 jako virtuální operátoři majetkově nepropojení se síťovými operátory. Podle informací
2055 předložených Úřadu v rámci sběru dat působí na relevantním velkoobchodním trhu v pozici
2056 čistého MVNE pouze 3 subjekty. Počet subjektů na nabídkové straně relevantního
2057 velkoobchodního trhu je od roku 2016 poměrně stabilní.

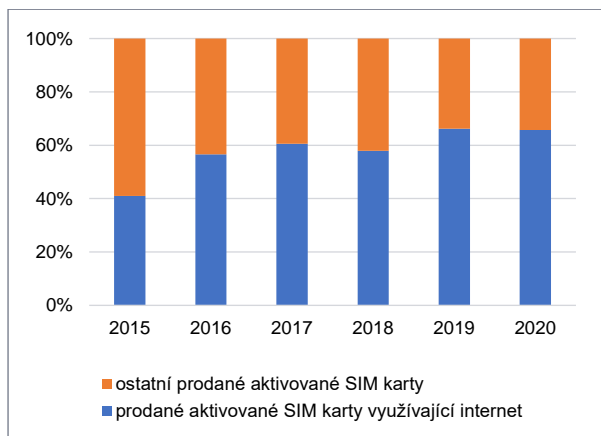


2058
2059
2060 Graf 69: Počet a struktura subjektů na nabídkové straně relevantního velkoobchodního trhu
Zdroj: ČTÚ, 2021

2061 Na relevantním velkoobchodním trhu je v současnosti prodáno ze strany síťových
2062 operátorů 1,1 mil. SIM karet ročně, přičemž až 66 % prodáváných SIM karet tvoří aktivované
2063 SIM karty využívající internet.



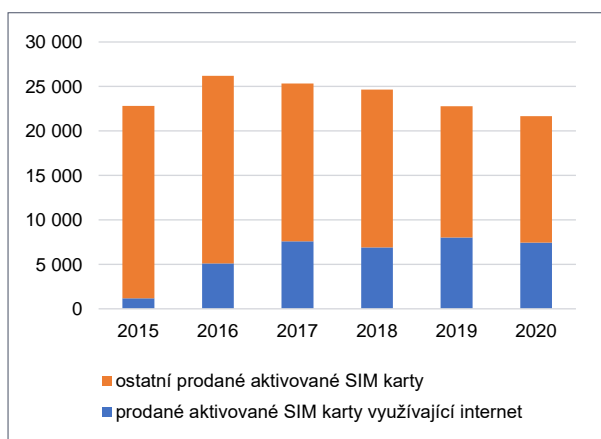
2064
2065
2066 Graf 70: Počet prodaných SIM karet podle typu – síťoví operátoři
Zdroj: ČTÚ, 2021



Graf 71: Struktura prodaných SIM karet podle typu – síťoví operátoři
Zdroj: ČTÚ, 2021

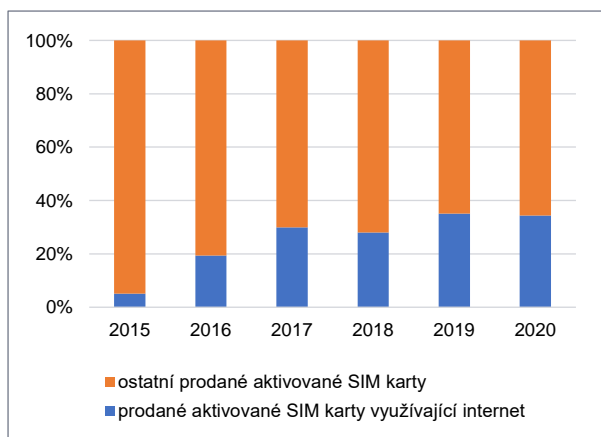
2067
2068
2069

2070 Počet SIM karet prodávaných na relevantním velkoobchodním trhu ze strany síťových
2071 operátorů mírně stoupá průměrným meziročním tempem na úrovni 1,6 %. Se stoupajícím
2072 počtem prodávaných SIM karet se mění i struktura prodávaných SIM karet z hlediska typu.
2073 Zatímco v roce 2015 tvořil podíl prodávaných SIM karet bez možnosti využívat internet ze
2074 strany síťových operátorů až 59 %, v současnosti je to jen 34 %.



Graf 72: Počet prodaných SIM karet podle typu – MVNE
Zdroj: ČTÚ, 2021

2075
2076
2077
2078

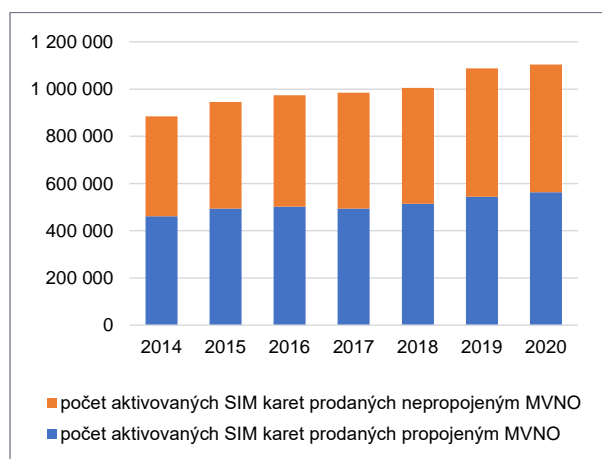


Graf 73: Struktura prodaných SIM karet podle typu – MVNE
Zdroj: ČTÚ, 2021

2079
2080
2081
2082
2083
2084

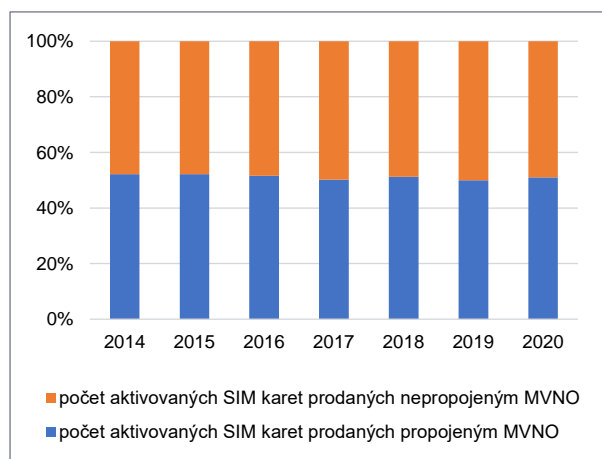
Počet SIM karet prodávaných na relevantním velkoobchodním trhu ze strany MVNE
mírně klesá průměrným meziročním tempem na úrovni 0,72 %. S klesajícím počtem
prodávaných SIM karet se také mění i struktura prodávaných SIM karet z hlediska typu.

2085 Zatímco v roce 2015 tvořil podíl prodávaných SIM karet bez dat ze strany MVNE až 95 %, v
2086 současnosti je to jen 66 %.



Graf 74: Počet prodaných SIM karet podle propojenosti na MNO
Zdroj: ČTÚ, 2021

2087
2088
2089
2090

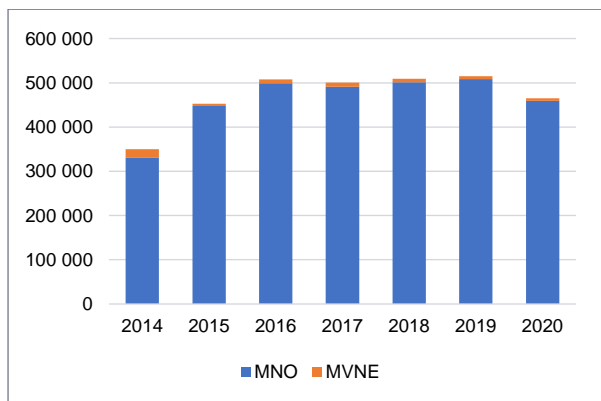


Graf 75: Struktura prodaných SIM karet podle propojenosti na MNO
Zdroj: ČTÚ, 2021

2091
2092
2093

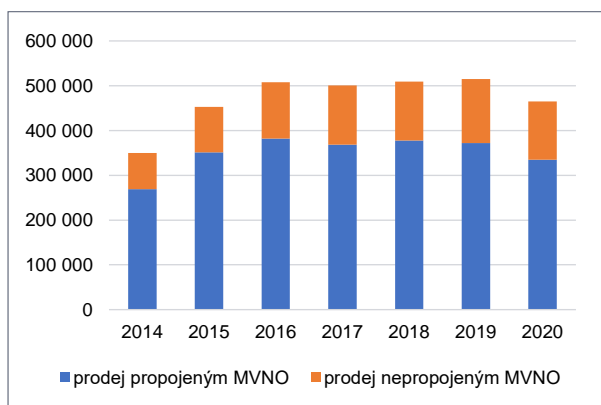
2094 Navzdory klesajícím prodejům SIM karet ze strany MVNE agregátní prodej SIM karet
2095 na relevantním velkoobchodním trhu mírně stoupá. Se stoupajícími prodeji se také mění i
2096 struktura poptávky ze strany subjektů na velkoobchodním trhu z hlediska jejich majetkové
2097 propojenosti na síťové operátory. Podíl SIM karet, kterou jsou prodávány nezávislým MVNO,
2098 se opatrně blíží k 50% hranici.

2099 Hlasové služby jsou prodávány téměř výhradně ze strany síťových operátorů. MVNE
2100 mají jen okrajový význam. Z hlediska poptávky po hlasových službách tato je tvořena převážně
2101 ze strany MVNO majetkově propojených na síťové operátory, přičemž struktura poptávky po
2102 hlasových službách se prakticky nemění.



Graf 76: Objem prodeje služeb SMS podle typu prodávajícího subjektu v tis. zpráv SMS
Zdroj: ČTÚ, 2021

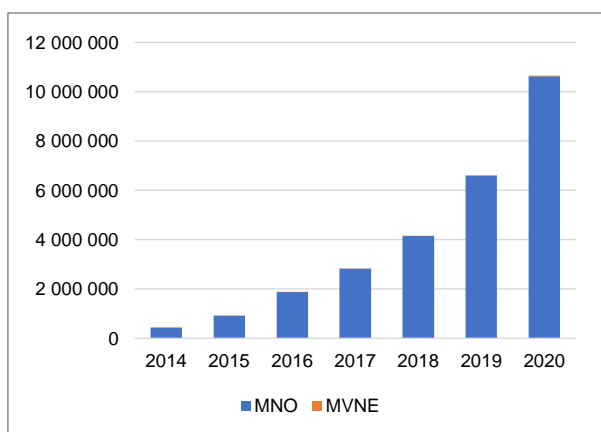
2103
2104
2105
2106



Graf 77: Objem prodeje služeb SMS podle typu kupujícího subjektu v tis. zpráv SMS
Zdroj: ČTÚ, 2021

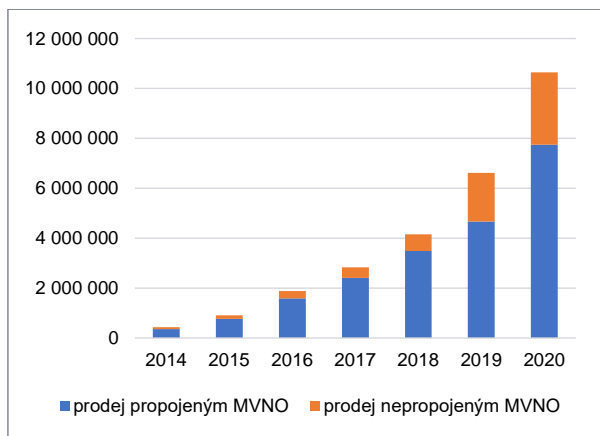
2107
2108
2109
2110
2111
2112
2113
2114

Podobný vývoj jako u hlasových služeb byl zaznamenán i při službách SMS, jejichž téměř výlučným prodávajícím jsou síťoví operátoři. Také struktura poptávky po službách SMS zůstává od roku 2015 téměř neměnná. Jediným rozdílem oproti hlasovým službám je pokles nabídky služeb SMS na relevantním velkoobchodním trhu, což však koresponduje s vývojem na relevantním maloobchodním trhu.



Graf 78: Objem prodeje datových služeb podle typu prodávajícího subjektu v GB
Zdroj: ČTÚ, 2021

2115
2116
2117



Graf 79: Objem prodeje datových služeb podle typu kupujícího subjektu v GB
Zdroj: ČTÚ, 2021

2118
2119
2120

2121 Situace na nabídkové straně relevantního velkoobchodního trhu v oblasti datových
2122 služeb kopíruje situaci při hlasových službách a službách SMS, ovšem s tím rozdílem, že
2123 objem nabízených dat a jeho dynamika v čase téměř vůbec nereflktují současný vývoj
2124 poptávky na maloobchodním trhu. Objem nabízených dat na relevantním velkoobchodním trhu
2125 roste v průměru na úrovni 72 % ročně⁶⁴, což však je jen třetinový objem nárůstu, jaký byl
2126 zaznamenán na poptávkové straně relevantního maloobchodního trhu.

Závěr k definici velkoobchodního trhu:

Dobře fungující velkoobchodní trh je pro efektivní konkurenci na maloobchodním trhu klíčový.

Do vymezení velkoobchodního trhu přístupu k mobilním službám byly zahrnuty pouze nabídky služeb, které jsou předmětem vymezení maloobchodního trhu mobilních služeb, a které jsou poskytovány na základě uzavřených velkoobchodních smluv (s MNO či MVNE) či samotnými MNO formou samozásobení.

Relevantní nabídka na velkoobchodním trhu je tvořena nabídkou síťových operátorů, kteří nemají žádnou tržní motivaci ji tvořit. Nabídka síťových operátorů na velkoobchodním trhu je tedy závislá na objemu hlasových služeb, služeb SMS a datových služeb, které síťoví operátoři nejsou schopni umístit přes své prodejní kanály na maloobchodním trhu s požadovanou přidanou hodnotou.

Vymezení trhu bylo konzultováno s Evropskou komisí v rámci konzultace 3K testu s tím, že Evropská komise k vymezení trhu nevznesla žádné připomínky.⁶⁵ K vymezení relevantního trhu Evropská komise nevznesla připomínky ani v rámci výsledku notifikace návrhu analýzy relevantního trhu č. 3 v závěru roku 2021.

2127 3. Test tří kritérií

2128 V návaznosti na vymezení velkoobchodního trhu, který nepatří mezi relevantní trhy
2129 uvedené v Doporučení Komise (EU) 2020/2245, ze dne 18. prosince 2020 o relevantních
2130 trzích produktů a služeb v odvětví elektronických komunikací, které připadají v úvahu pro

⁶⁴ Jde o průměr meziročních procentních nárůstů kumulativních ročních objemů datových služeb

⁶⁵ <https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/stranky/223526/soubory/cz-2019-218920adoptedcsredacted.pdf>

2131 regulaci ex ante podle směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2018/1972, kterou se
2132 stanoví evropský kodex pro elektronické komunikace je nutné přistoupit k posouzení tzv. testu
2133 tří kritérií (dále také jen jako „T3K“).

2134 Test tří kritérií vychází z ustálené regulační doktríny. Relevantní trh se považuje za
2135 způsobilý k uplatnění ex ante regulačních opatření, pokud kumulativně splňuje následující
2136 kritéria:

- 2137 1. jsou přítomny značné a nikoli dočasné strukturální, právní nebo regulační překážky
2138 vstupu;
- 2139 2. existuje struktura trhu, která v daném časovém horizontu nesměřuje k účinné
2140 hospodářské soutěži, a to s ohledem na stav hospodářské soutěže z pohledu
2141 infrastruktury a dalších faktorů, které stojí za překážkami vstupu;
- 2142 3. právo hospodářské soutěže je samo o sobě nedostatečné k tomu, aby adekvátně
2143 řešilo zjištěná selhání trhu.

2144 Bylo proto přistoupeno k vyhodnocení jednotlivých kritérií za účelem posouzení, zda je
2145 vymezený relevantní trh způsobilý k uplatnění regulačních opatření ex ante.

2146 Bylo vycházeno z T3K z roku 2017, jehož závěry se v plné míře potvrdily také na
2147 aktualizovaných datech ke konci roku 2020. Tímto je tedy v plné míře odkazováno a jsou
2148 přejímány závěry a vyhodnocení T3K z roku 2017 s tím, že tyto závěry jsou doplněny,
2149 aktualizovány a upřesněny níže.

2150 **3.1 Kritérium č. 1: značné a nikoli dočasné strukturální, právní nebo regulační** 2151 **překážky vstupu na trh**

2152 Hodnocení Evropské komise a BEREC: Úřad v první řadě uvádí, že Komise ve svém
2153 rozhodnutí ze dne 17.2.2022 uvedla, že dle jejího názoru není kritérium č. 1 splněno. Tento
2154 svůj závěr založila zejména na základě toho, že závazek národního roamingu povede
2155 k odstranění překážek pro efektivní vstup a působení na trhu. V tomto hodnocení s Komisí
2156 souhlasí také BEREC, který má za to, že národní roaming sníží překážky vstupu na trhu. ČTÚ
2157 k tomu uvádí, že tuto analýzu provádí výhradně pro časový horizont do očekávaného uplatnění
2158 národního roamingu. Očekávané uplatnění národního roamingu Úřad doplnil zejména
2159 analýzou technických požadavků na implementaci národního roamingu a aktualizovaným
2160 průzkumem trhu, jak je blíže popsáno v kapitolách C.6, C.8 a č. 2.1. ČTÚ má tedy za to, že
2161 výhrada Komise i BEREC ke splnění tohoto kritéria pro účely této analýzy odpadla a toto
2162 kritérium č. 1 je splněno. Z tohoto důvodu v ostatních aspektech analýzy splnění tohoto kritéria
2163 č. 1 nedoplnil a převzal z původní analýzy předložené Komisi v roce 2021. Blíže k jednotlivým
2164 připomínkám Komise ČTÚ odkazuje na přehlednou tabulku na konci kapitoly C.0.

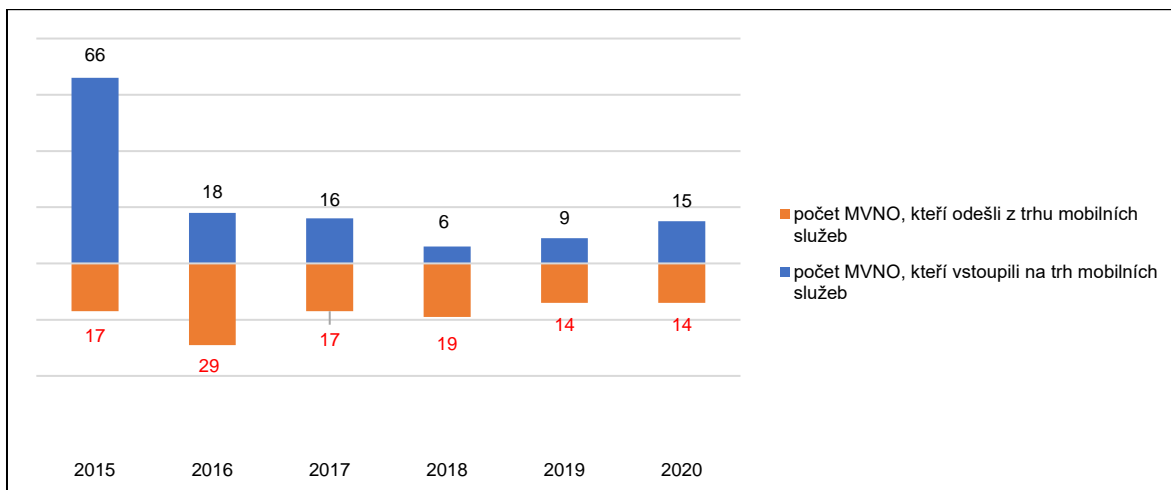
2165 Trh elektronických komunikací a trh mobilních služeb je typický vysokou investiční
2166 náročností vstupu na trh, kdy vybudování celoplošné mobilní sítě představuje investice
2167 v řádech desítek miliard korun. S vysokými vstupními investicemi souvisí potřeba akvizice
2168 kritické masy zákazníků (předpoklad řádově milionů zákazníků), která je však v situaci velmi
2169 vysoké penetrace mobilních služeb (vysoko přes 100 % populace) možná jen akvizicí
2170 zákazníků stávajících operátorů, což představuje další zásadní bariéru úspěšného vstupu na
2171 trh.

2172 Naprosto klíčová je ale dostupnost kmitočtového pásma potřebného pro vybudování
2173 mobilní sítě. V rámci poslední aukce kmitočtového spektra, pořádané na konci roku 2020
2174 nezískal žádný nový operátor kmitočtové spektrum v pásmu 700 MHz. Veškeré vhodné
2175 kmitočty v pásmu pod 1 GHz (pásma 700, 800 a 900 MHz) drží stávající operátoři, přičemž
2176 v časovém výhledu této analýzy nebude žádné další vhodné kmitočtové pásmo pod 1 GHz
2177 k dispozici.

2178 ČTÚ bere na vědomí, že na vymezeném maloobchodním trhu působilo ke konci roku
2179 2020 133 nezávislých MVNO a 3 MVNO majetkově propojení s MNO, z čehož by bylo možné
2180 na první pohled bez hlubší analýzy nesprávně dovodit, že pro vstup na trh neexistují značné,
2181 a nikoliv dočasné strukturální překážky. Takový závěr by však byl nesprávný, jelikož samotný
2182 počet MVNO neznamená, že tyto subjekty mohou na trhu dlouhodobě ziskově podnikat, a tedy
2183 na tento trh efektivně vstoupit. Majetkově nezávislí MVNO i při zdánlivě vysokém počtu
2184 subjektů dosahují pouze zanedbatelného tržního podílu přibližně 2 %⁶⁶ trhu. Ačkoliv mohou
2185 MVNO formálně na trh vstoupit, nemohou na něm vyvíjet efektivní konkurenci žádnému z
2186 MNO, jak vyplývá z dalšího kritéria 3K testu a závěrů uvedených v této analýze. To
2187 demonstrovuje také vývoj počtu aktivních nezávislých MVNO a jejich tržního podílu v posledních
2188 letech, kdy tržní podíl z hlediska počtu aktivních SIM karet dlouhodobě stagnuje na úrovni 3,7
2189 %, přičemž je patrná vysoká volatilita počtu MVNO s převládajícím významně vyšším
2190 výstupem z trhu mobilních služeb ze strany nezávislých MVNO, čímž se snížil počet MVNO z
2191 úrovně 165 subjektů v roce 2015 na 136 subjektů v roce 2020. Navíc ze strany MNO jsou v
2192 řadě případů vynuceny podmínky velkoobchodních vztahů, které MNO umožňují tyto
2193 velkoobchodní vztahy kdykoli bez udání důvodu ukončit a MNO toto právo i v praxi využívají.

2194 Efektivní vstup na trh zahrnuje nejenom vstup na vymezený maloobchodní trh, ale také
2195 udržení se na trhu s možností ziskově podnikat. Sníženou efektivitou vstupů na trh ze strany
2196 MVNO je možno demonstrovat vysokou volatilitou příchodů a odchodů MVNO z vymezeného
2197 maloobchodního trhu. Nejvyšší počet subjektů na nabídkové straně trhu byl zaznamenán
2198 v roce 2015, kdy na trhu, kromě 3 MNO a 3 s MNO majetkově propojených MVNO, působilo
2199 až 162 nezávislých MVNO. Nejmenší počet nezávislých MVNO je zaznamenán v roce 2019,
2200 resp. roce 2020, kdy na trhu působilo jenom 132, resp. 133 nezávislých MVNO. V průměru se
2201 na trhu v období 2015–2020 ročně obměnilo až 27 % nezávislých MVNO. Ve sledovaném
2202 období 2015–2020 odešlo z trhu celkem až 110 nezávislých MVNO, tedy až 85 % ze
2203 současného počtu 133.

⁶⁶ Měřeno objemem tržeb.



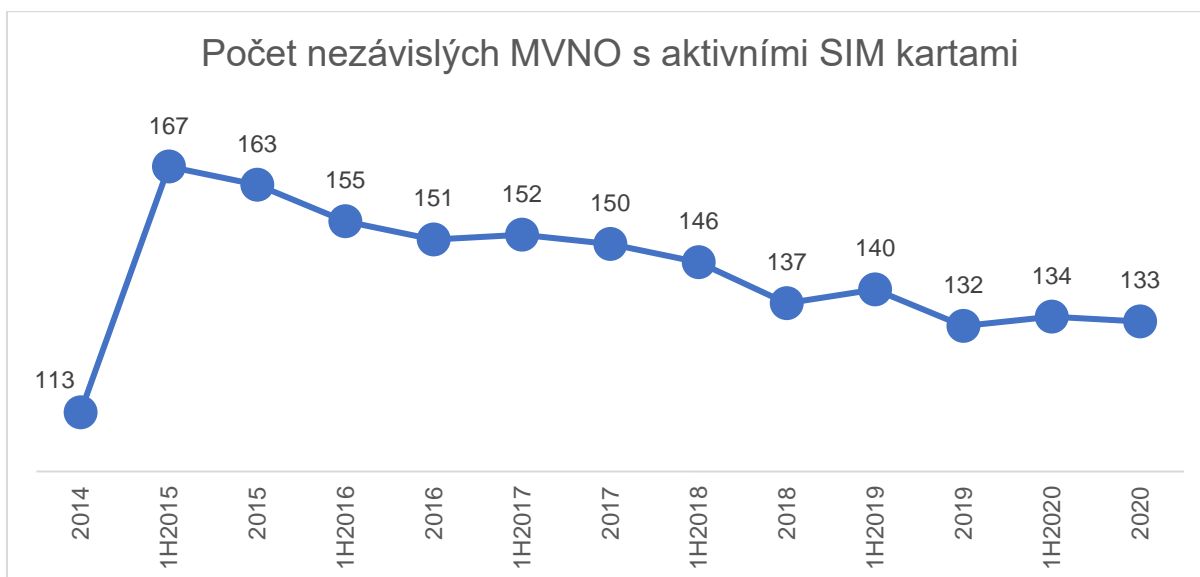
Graf 80: Volatilita počtu nezávislých MVNO ve sledovaném období
Zdroj: ČTÚ, 2021

2204
2205
2206

2207 Společnými znaky nezávislých MVNO, kteří z trhu ve sledovaném období 2015–2020
2208 odešli byly: nízký počet aktivních SIM karet a relativně vysoká jednotková cena především
2209 SMS a datových služeb. MVNO, kteří z trhu odešli, byli schopni v průměru aktivovat jenom
2210 36 % průměrného počtu SIM karet připadajících na nezávislého MVNO ve sledovaném období
2211 a jejich průměrné jednotkové ceny za SMS byly o 96 % vyšší a za datové služby o 118 % vyšší
2212 než průměr nezávislých MVNO. Vzhledem k vysoké cenové senzitivitě⁶⁷ zákazníků na
2213 vymezeném maloobchodním trhu je vysoce nepravděpodobné, že by MVNO, kteří odešli
2214 z trhu, uplatňovali tak relativně vysoké ceny z jiného důvodu, než z důvodu neadekvátně
2215 vysokých velkoobchodních cen.

2216 Absolutní počet nezávislých MVNO s aktivními SIM kartami na českém mobilním trhu
2217 rostl jen ve zcela počátečním stadiu po prvním umožnění vstupu pro MVNO na mobilní trh ze
2218 strany MNO, tj. do prvního pololetí 2015. Počet nezávislých MVNO s aktivními SIM kartami
2219 začal klesat prakticky okamžitě, a to od druhého pololetí 2015 a pokračuje dodnes. Během
2220 uplynulých 6 let došlo ke kosmetické korekci počtu nezávislých MVNO s aktivními SIM kartami
2221 směrem vzhůru jen ve třech obdobích, a to v prvním pololetí 2017 (růst počtu nezávislých
2222 MVNO o jeden subjekt), v prvním pololetí 2019 (růst počtu nezávislých MVNO o tři subjekty) a
2223 v prvním pololetí 2020 (růst počtu nezávislých MVNO o dva subjekty). Při každém takovém
2224 nárůstu počtu nezávislých MVNO s aktivními SIM kartami došlo v bezprostředně následujícím
2225 období k významnému propadu počtu nezávislých MVNO s aktivními SIM kartami. Kromě
2226 toho, od druhého pololetí 2015, kdy dochází k systémovému úbytku nezávislých MVNO s
2227 aktivními SIM kartami, jsou vstupy MVNO omezeny téměř výlučně na provozovatele služeb, a
2228 ne na plnohodnotné MVNO.

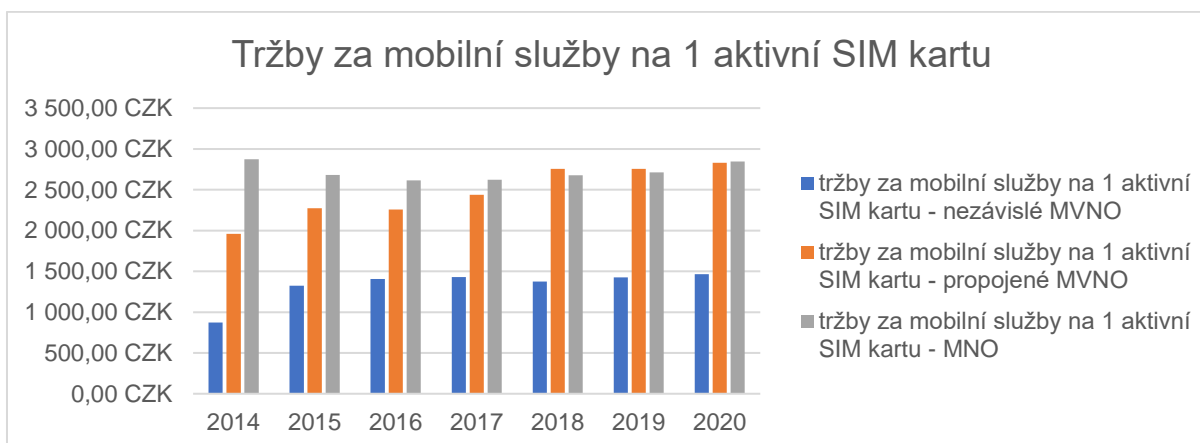
⁶⁷ Uvedeno např. v už zmíněné studii Česká digitální domácnost 2021 od společnosti KPMG



Graf 81: Pokles a stagnace počtu nezávislých MVNO ve sledovaném období
Zdroj: ČTÚ, 2022

2229
2230
2231

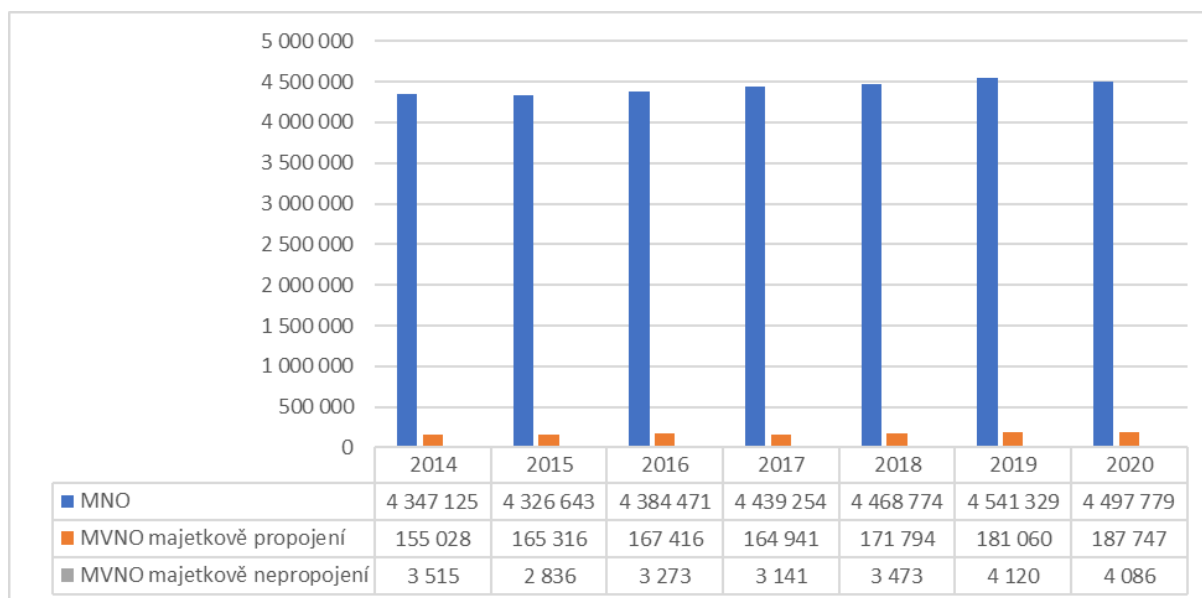
2232 Důkazem toho je zakonzervovaný stav poměru mezi tržbami za mobilní služby
2233 na jednu SIM kartu u nezávislých MVNO, u propojených MVNO a u MNO. Od druhého půlroku
2234 2015 platí, že tržby za mobilní služby na jednu SIM kartu registrovanou u nezávislého MVNO
2235 tvoří v průměru jen 53 % z tržeb na jednu SIM kartu registrovanou u MNO a 55 % z tržeb na
2236 jednu SIM kartu registrovanou u propojeného MVNO.



Graf 82: Vývoj tržeb za mobilní služby na 1 aktivní SIM kartu
Zdroj: ČTÚ, 2022

2237
2238
2239

2240 Vývoj tržeb za mobilní služby na jednu SIM kartu zároveň ukazuje, že po jejich propadu,
2241 od roku 2014 do roku 2016, v případě MNO došlo k jejich kontinuálnímu srovnávání v letech
2242 2017 až 2020. Zároveň se tržby za mobilní služby na 1 aktivní SIM kartu v případě propojených
2243 MVNO téměř dorovnaly tržbám MNO na jednu aktivní SIM kartu. Tato fakta mohou poukazovat
2244 na existenci silné koordinace mezi MNO a jejich propojenými MVNO, jako i vytlačení
2245 nezávislých MVNO z trhu ze strany MNO – zastavení nárůstu tržeb na jednu SIM kartu u
2246 nezávislých MVNO a jejich postupný odchod z trhu mobilních služeb od druhého půlroku 2015.



Graf 83 Vývoj průměrného počtu aktivních SIM karet na 1 subjekt
Zdroj: ČTÚ, 2022

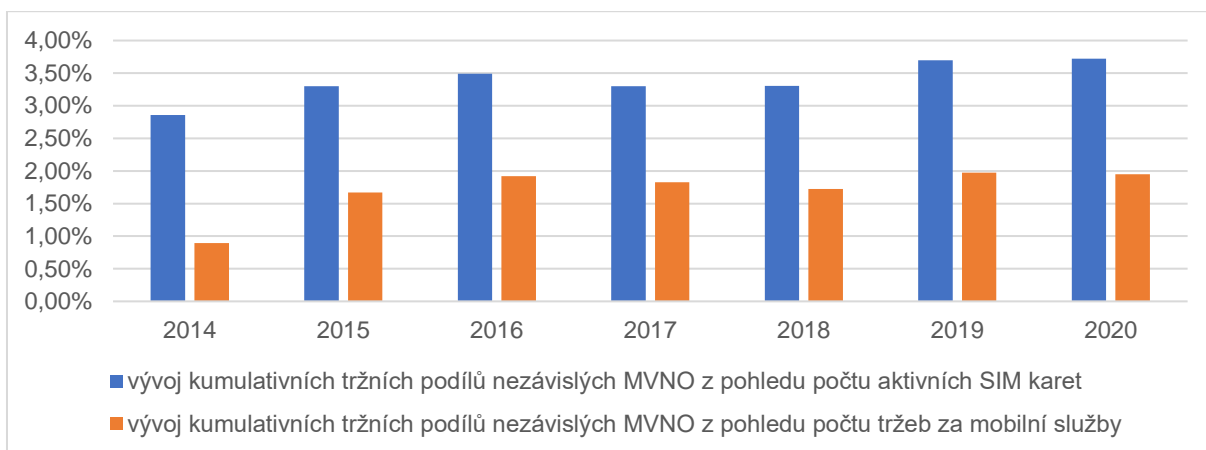
2247
2248
2249

2250 Nezávislí MVNO ztrácejí svůj růstový potenciál na trhu a růst průměrného počtu
2251 aktivních SIM karet na 1 nezávislého MVNO je jen 2/3 z průměrného růstu počtu aktivních SIM
2252 karet na jednoho propojeného MVNO. Nemluvě o tom, že absolutní počet aktivních SIM karet
2253 na jeden subjekt je při nezávislých MVNO na úrovni zhruba 2 % z průměrného absolutního
2254 počtu aktivních SIM karet při propojených MVNO.

2255 Kromě vysoké volatility příchodů a odchodů nezávislých MVNO z vymezeného trhu je
2256 pro účely posouzení možnosti efektivního vstupu také potřeba posoudit celkovou míru tržního
2257 podílu, který MVNO na trhu dokážou dosáhnout. Dle studie společnosti McKinsey „Virtually
2258 mobile: What drives MVNO success“⁶⁸ kontrolují MVNO na rozvinutých trzích podíl na
2259 mobilním trhu mezi 10 % až 40 %. V ČR je tržní podíl nezávislých (majetkově s MNO
2260 nepropojených) MVNO daleko pod touto hranicí. Společnost McKinsey v uvedené studii
2261 zmiňuje jako jeden z klíčových faktorů úspěchu MVNO na trhu vyjednání a udržení kvalitní
2262 velkoobchodní smlouvy s MNO. Jako faktory kvality velkoobchodní smlouvy zmiňují zejména
2263 jednoduchou možnost renegociace smlouvy, flexibilní možnost migrace k jinému MNO,
2264 adaptabilita smlouvy na nové služby (zmiňovány jsou datové služby), nebo transparentnost
2265 smlouvy v případě změn velkoobchodních parametrů. Specificky je také jako klíčová
2266 zmiňována smluvně zabudovaná ochrana před kampaňovým snižováním cen na maloobchodě
2267 na straně MNO, tj. zabezpečení replikovatelnosti maloobchodní nabídky MNO ze strany
2268 MVNO. Na základě posouzení smluvních vztahů nezávislých MVNO v ČR s MNO je možno
2269 zkonstatovat, že jejich velkoobchodní smlouvy uvedené klíčové parametry nenaplnují vůbec
2270 nebo jenom ve velmi malé míře.

2271 Tržní podíl nezávislých MVNO osciluje od roku 2016 kolem hodnoty 3,5 % z pohledu
2272 počtu aktivních SIM karet a kolem hodnoty 1,95 % z pohledu tržeb za mobilní služby.

⁶⁸Zdroj: https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/dotcom/client_service/Telecoms/PDFs/February%202015%20-%20Recall%20papers/Virtually_Mobile_2014-06.ashx

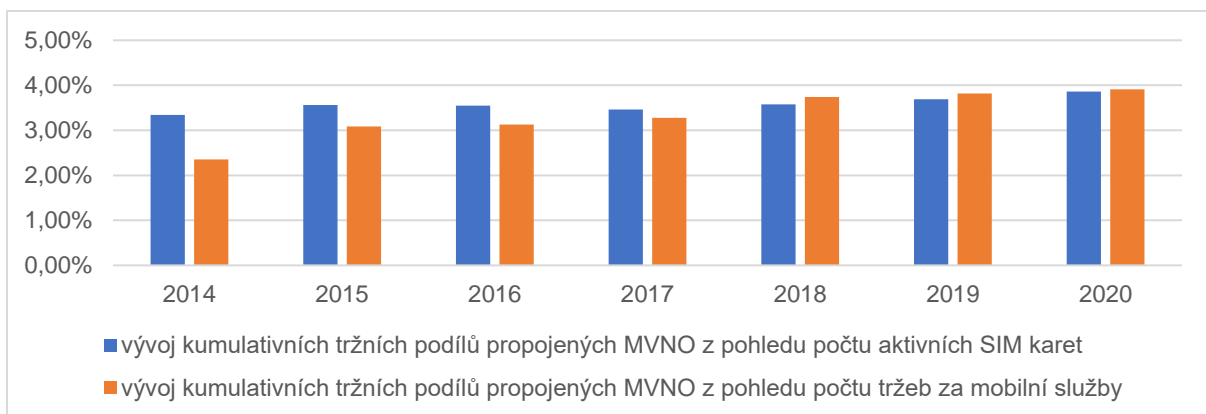


Graf 84: Vývoj tržního podílu nezávislých MVNO
Zdroj: ČTÚ, 2022

2273
2274
2275

Na druhé straně, tržní podíly propojených MVNO z pohledu tržeb a z pohledu počtu aktivních SIM karet kontinuálně rostou. Je třeba si všimnout, že poměr mezi tržními podíly z pohledu tržeb za mobilní služby a z pohledu počtu aktivních SIM karet jsou, na rozdíl od nezávislých MVNO, vyvážené.

2276
2277
2278
2279

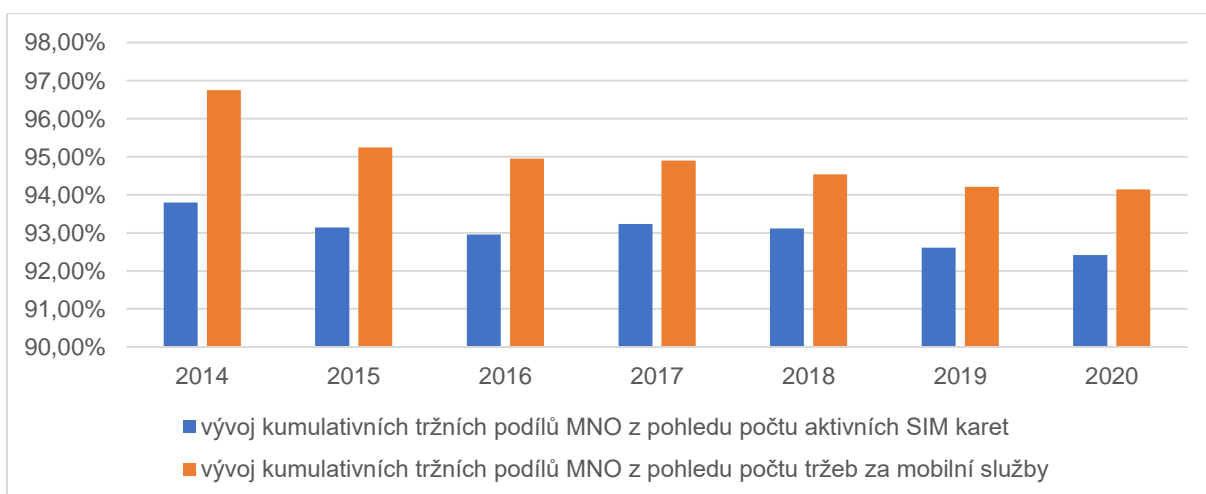


Graf 85: Vývoj tržního podílu MVNO majetkově propojených s MNO
Zdroj: ČTÚ, 2022

2280
2281
2282

Pro ilustraci: pokud jde o tržní podíly MNO, v průběhu 2014–2020 dochází k mírné korekci jak z pohledu počtu aktivních SIM karet, tak z pohledu tržeb za mobilní služby, avšak hlavně z důvodu růstu kumulativního tržního podílu propojených MVNO.

2283
2284
2285



Graf 86: Vývoj tržního podílu MNO
Zdroj: ČTÚ, 2022

2286
2287
2288

2289 Z výše uvedeného tedy vyplývá, že existují značné, a nikoliv dočasné strukturální
2290 překážky pro **efektivní vstup** MVNO na trh.

2291 ČTÚ dále uvádí, že bariéry vstupu nejsou s to omezit v rámci časového horizontu této
2292 analýzy ani závazky převzaté vybranými držiteli spektra (mobilní síťoví operátoři) v rámci 5G
2293 aukce, která proběhla v roce 2020. Ačkoliv lze očekávat, že závazek národního roamingu bude
2294 mít pozitivní vliv na úroveň hospodářské soutěže na mobilním trhu, tento pozitivní vliv nastane
2295 teprve ve chvíli, kdy některý z oprávněných zájemců o národní roaming splní podmínky pro
2296 nárok na národní roaming (tj. zejména vybuduje pokrytí vlastní sítí atd.), uzavře
2297 s poskytovatelem národního roamingu smlouvu o přístupu a následně vybuduje na základě
2298 národního roamingu relevantní velkoobchodní a/nebo maloobchodní produkty, jež bude
2299 možné uvést na trh. V roli snižování bariér pro vstup na mobilní trh mohou mít pouze
2300 velkoobchodní služby, které by se oprávněný zájemce rozhodl na základě využití národního
2301 roamingu poskytovat dále MVNO. Bez takových velkoobchodních služeb zůstanou překážky
2302 vstupu na trh obdobné jako dnes, jelikož pro efektivní vstup na mobilní trh bude nadále
2303 zapotřebí rádiových kmitočtů, jež jsou po 5G aukci naopak ještě omezenější než předtím.
2304 Navíc ani nelze predikovat, zda se oprávnění zájemci rozhodnou přístup k národnímu
2305 roamingu využívat pro velkoobchodní nabídky, tudíž je vliv národního roamingu pro omezování
2306 bariér efektivního vstupu na mobilním trhu pro MVNO spíše hypotetický. K časovým prodlevám
2307 efektu závazků z 5G aukce dále odkazujeme na kapitolu 2.1.6 k časovému vymezení
2308 maloobchodního trhu.

2309 V kontextu českého mobilního trhu je navíc nutné doplnit, že absolutní většina MVNO
2310 vstoupila na trh v roce 2013 a 2014, kdy MNO a další velkoobchodní hráči (někteří z nich byli
2311 následně začleněni po akvizici do MNO) dočasně uvolnili přístup do svých sítí pro MVNO.

2312 Velká většina (přibližně 80 %) těchto MVNO patří mezi velmi malé operátory, jejichž
2313 zákaznická báze nedosahuje 1000 SIM karet. Za pro tržní prostředí lze považovat zejména
2314 MVNO se zákaznickou bází alespoň ve výši 10 000 SIM, kterých je na trhu 7 (tedy přibližně 5
2315 % všech MVNO) a kteří mají tržní podíl MVNO dle počtu SIM karet převyšující 90 % celého
2316 MVNO trhu. Z těchto 7 významnějších MVNO jsou 2 majetkově propojeni s MNO a pouze 5
2317 jsou na MNO majetkově nezávislí.

2318 Pokud v posledních letech na trh vstupovali noví MVNO, vstupovali téměř výhradně za
2319 účelem ochrany svých zákazníků z jiných trhů, typicky se jedná o fixní operátory, kteří svým
2320 zákazníkům nabízejí kromě fixních služeb i mobilní služby, aby o tyto zákazníky nepřišli, anebo
2321 o MVNO, kteří mobilní služby považují za komplementární službu svým zákazníkům mimo
2322 telekomunikace, typicky jde o Tesco Mobile či Sazka. V tomto kontextu je tedy nutné doplnit,
2323 že na trh v posledních letech téměř vůbec nevstupují MVNO za účelem působení čistě na
2324 mobilním trhu, a pokud vstupují, tak se ziskem extrémně nízké zákaznické báze. Naopak na
2325 trh nevstupují MVNO s výjimkou MVNO za účelem ochrany svých stávajících zákazníků z
2326 jiného telekomunikačního či úplně jiného trhu. Úřad tuto skutečnost považuje za projev
2327 významných bariér vstupu na trh.

2328 Omezené frekvenční spektrum

2329 Technicky je pro poskytování služeb na vymezeném velkoobchodním trhu ze strany
2330 MNO, a vzhledem k povaze velkoobchodních služeb, i pro operátory typu MVNE⁶⁹, potřebný
2331 přístup k frekvenčnímu spektru na celonárodní bázi, tj. pro území celé ČR.⁷⁰

2332 Frekvenční spektrum je limitovaný zdroj, který může být z důvodu technologických
2333 principů sítí 2G, 3G, 4G a 5G⁷¹ poskytnut ve formě frekvenčního přidělu jenom limitovanému
2334 počtu zájemců. Pro ilustraci: ITU doporučuje pro plné využití potenciálu sítí 5G šířku pásma
2335 100 MHz⁷² na 1 operátora⁷³. Přílišná atomizace spektra na příliš malé přiděly omezuje kvalitu
2336 poskytovaných mobilních telekomunikačních služeb, zejména datových (rychlost, latence
2337 apod.).

2338 Pro účely poskytování mobilních telekomunikačních služeb na území celé ČR
2339 v současnosti drží přiděly 6 společností⁷⁴:

- 2340 1. CentroNet, a.s.
- 2341 2. Nordic Telecom 5G, a.s.
- 2342 3. O2 Czech Republic, a.s.
- 2343 4. PODA a.s.
- 2344 5. T-Mobile Czech Republic, a.s.
- 2345 6. Vodafone Czech Republic, a.s.

2346 Vzhledem k omezenosti zdroje frekvenčního spektra a jeho potenciálního
2347 ekonomického výkonu byla a je ze strany ČR, reprezentované ČTÚ, za přidělení frekvenčního
2348 spektra vyžadována cena, která byla zpravidla maximalizována formou aukce. Pro ilustraci: v
2349 případě poslední aukce na frekvenční přiděly v kmitočtových pásmech 700 MHz a 3400–3600
2350 MHz překročila celková cena za přidělení kmitočtů 5,5 mld. Kč⁷⁵. Vzhledem k vyžadované výši
2351 investic do frekvenčního spektra mohou ekonomickou návratnost takovýchto investic
2352 prostřednictvím poskytování mobilních telekomunikačních služeb dosáhnout jedině subjekty,
2353 které disponují velkou maloobchodní a/nebo velkoobchodní zákaznickou bází.

2354 Z výše uvedeného je zřejmé, že omezené frekvenční spektrum pro poskytování
2355 mobilních telekomunikačních služeb na vymezeném velkoobchodním trhu představuje
2356 zásadní strukturální překážku vstupu na vymezený velkoobchodní trh z důvodů
2357 technologických a z důvodů dlouhé ekonomické návratnosti.

⁶⁹ MVNE poskytují své velkoobchodní služby na základě služeb, které kupují prostřednictvím velkoobchodní smlouvy od MNO, případně od jiného MVNE nebo subjektu typu Mobile Network Enabler (MNE).

⁷⁰ Na základě dat o trhu v ČR je role MVNE na trhu v současnosti minoritní – na trhu funguje jenom 12 MVNE, ze kterých jsou jen 3 čistými MVNE, a jejich podíl na vymezeném velkoobchodním trhu představuje 3 % (měřeno SIM). Z tohoto důvodu je možné zkonstatovat, že roli MVNE na vymezeném velkoobchodním trhu převzali MNO.

⁷¹ Např. minimální technologicky využitelná šířka pásma, zamezení interferencí apod.

⁷² Možnost využít tzv. „carrier aggregation“ v sítích 5G, tj. spájení různých částí kmitočtového spektra.

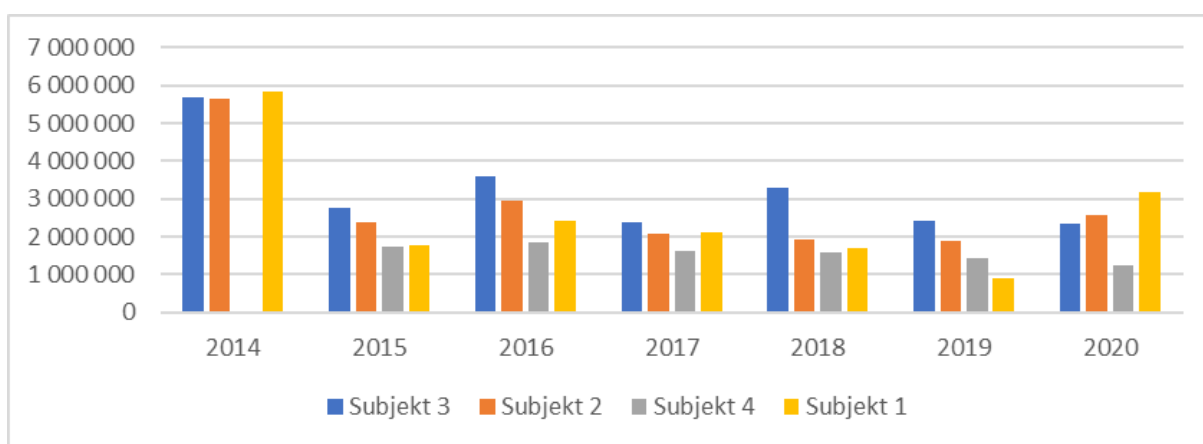
⁷³ Zdroj: <https://www.gsma.com/spectrum/wp-content/uploads/2021/04/5G-Spectrum-Positions.pdf>

⁷⁴ Zdroj: www.ctu.cz

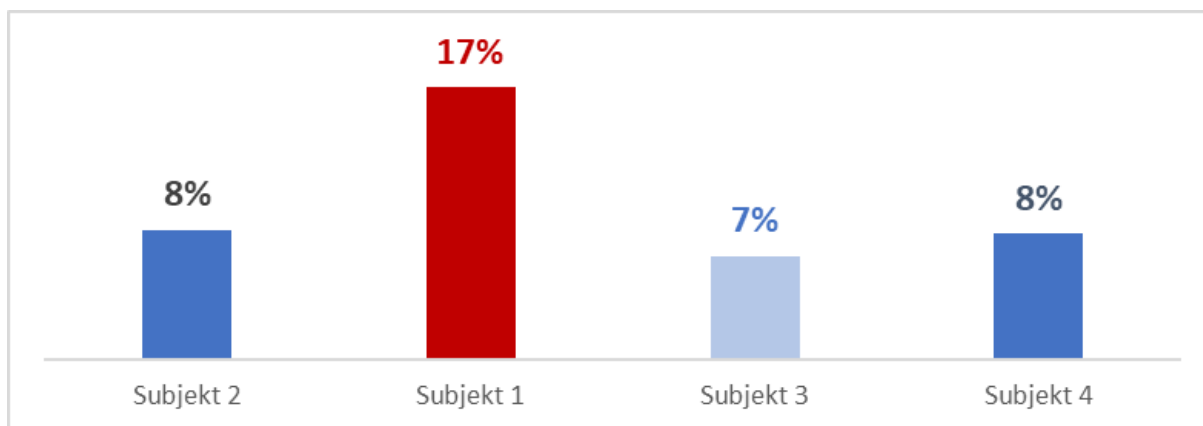
⁷⁵ <https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/ctu/oznameni-ceskeho-telekomunikacniho-uradu-o-vyhlaseeni-vyberoveho-rizeni-za-ucelem-udeleni-prav-k-obrazky/20210304-zpravaoprubehuavysledcichvyberovehorizenisigned.pdf>

2358 **Vysoké investiční náklady na síťovou infrastrukturu a na mobilní**
2359 **telekomunikační služby**

2360 Investice do frekvenčního spektra, mobilních sítí a jiných technologií a aktiv za účelem
2361 dosáhnouti schopnosti poskytování mobilních telekomunikačních služeb na vymezeném
2362 velkoobchodním trhu představují významnou část investic MNO. Jak už bylo vysvětleno, bez
2363 těchto investic, které technicky umožňují poskytování služeb, nemůžou na vymezeném
2364 velkoobchodním trhu poskytovat své služby nejenom MNO, ale ani MVNE nebo MNE. Pro
2365 ilustraci: MNO v ČR v roce 2020 vynaložili na investice do aktiv mobilních sítí a služeb
2366 elektronických komunikací prostředky ve výši 8–13 %⁷⁶ z celkových svých výnosů⁷⁷. Souhrnné
2367 investice tří MNO do této oblasti v roce 2020 přesáhly 7,4 mld. Kč. Je třeba podotknout, že
2368 vzhledem k technologickému rozvoji, tj. nahrazování technologických zařízení novými
2369 generacemi, jejich nahrazování z důvodu opotřebení, nejsou investice v uvedeném rozsahu
2370 jednorázového charakteru, nýbrž kontinuálního.



2371 Graf 87: Celkové investice do aktiv mobilních sítí a služeb elektronických komunikací (v tis. Kč bez DPH)
2372 Zdroj: ČTÚ, 2021
2373



2374 Graf 88: Podíl investičních nákladů jednotlivých MNO v čase na celkových výnosech jednotlivých MNO
2375 Zdroj: ČTÚ, 2021
2376

2377 Vzhledem k výše uvedenému je tedy možno konstatovat, že vyžadované investiční
2378 náklady na síťovou infrastrukturu a na mobilní telekomunikační služby představují zásadní
2379 strukturální překážku vstupu na vymezený velkoobchodní trh.

⁷⁶ Zdroj: IstroAnalytica Advisory s.r.o. na základě informací z web stránek mobilních operátorů a informací od ČTÚ (ESD)

⁷⁷ Celkové výnosy při všech 3 MNO na trhu v ČR () zahrnují také výnosy z fixních služeb. Ve skutečnosti je tak % podíl na výnosech vyšší jako uváděné hodnoty.

2380 **Doba výstavby síťové infrastruktury pro mobilní telekomunikační služby**
2381 **na vymezeném velkoobchodním trhu**

2382 Jak už bylo důvodně uvedeno, za účelem poskytování mobilních telekomunikačních
2383 služeb, resp. na vymezeném velkoobchodním trhu, je potřebné pokrýt celé území ČR signálem
2384 mobilních telekomunikačních sítí.

2385 Proces zřizování mobilní síťové infrastruktury je možno rozdělit do následujících kroků:

- 2386 1. Plánování a projekce;
2387 2. Získání souhlasu s umístěním liniových staveb;
2388 3. Akvizice (koupě, pronájem) lokací na umístění technologie mobilní sítě;
2389 4. Získání povolení na umístění technologií;
2390 5. Obstarání a výstavba infrastruktury
2391 a. Technologie a další zařízení přístupové mobilní sítě;
2392 b. Technologie a další zařízení páteřní sítě pro přístupovou mobilní síť;
2393 6. Testování a uvedení do provozu.

2394 Na základě platné legislativy pro umístění a realizaci telekomunikačních liniových
2395 staveb v ČR a relevantních zkušeností při výstavbě mobilních sítí⁷⁸ je doba trvání kroků 1-6
2396 pro jednu základnovou stanici zpravidla 6–12 měsíců.

2397 Kromě časového hlediska zřizování sítí zvyšuje komplexitu také generační rozvoj sítí.
2398 Pro ilustraci: pro plné využití možností sítí 5G může hustota základnových stanic sítí 5G
2399 v oblastech s vysokou hustotou připojených zařízení dosáhnout pětinasobku počtu
2400 základnových stanic sítí 4G⁷⁹. Je tedy možno zkonstatovat, že náročnost výstavby sítí s jejich
2401 generační obměnou stoupá.

2402 Dalším z faktorů, který se zvyšujícím se počtem základnových stanic narůstá, je
2403 limitovaná možnost umístění nových základnových stanic z důvodu chybějících lokalit pro
2404 jejich umístění. Pro ilustraci: K 31. 12. 2020 provozovali operátoři LTE (4G) v pásmu 800
2405 MHz celkem 17 336 základnových stanic LTE⁸⁰. Uvedenou překážku je možno částečně
2406 překonat existujícími a novými dohodami o sdílení sítí⁸¹ nebo sdílením částí infrastruktury
2407 (např. stožárů) v ČR. Možnost umístění technologií mobilních telekomunikačních sítí ale
2408 není pro subjekty vstupující na trh zákonně a ani jinak garantována a podléhá komerčním
2409 dohodám. Subjekty, které už mají vybudované mobilní telekomunikační sítě, jsou oproti
2410 subjektům nově vstupujícím na trh zvýhodněny, protože místo pro zařízení nové generace
2411 mobilních sítí (5G) můžou uvolnit existující MNO, např. upgradem nebo vypnutím
2412 předcházejících generací sítí, v případě ČR např. 3G.

2413 Ke zpomalení budování mobilní sítě subjektu nově vstupujícího na trh může přispět i
2414 odpor obyvatelstva k umístění dalších základnových stanic⁸².

⁷⁸ Zdroj: IistroAnalytica Advisory s.r.o.

⁷⁹ Zdroj: <https://www.newtec.eu/article/article/choosing-the-right-connectivity-for-5g>

⁸⁰ Zdroj: <https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/stranky/382551/soubory/vzctu2020.pdf> (Výroční zpráva ČTÚ)

⁸¹ Sdílení sítí v ČR není bez komplikací: <https://www.lupa.cz/clanky/sdileni-siti-o2-a-t-mobilu-omezuje-hospodarskou-soutez-tvrdi-evropska-komise/>.

⁸² Zdroj: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/revolta-proti-5g-se-zatim-nesiri-jsme-v-hybridni-valce-rika/r~ceb1709ca4d211ea9c800cc47ab5f122/>

2415 Vzhledem k výše uvedeným vlivům a faktorům je možno konstatovat, že doba výstavby
2416 síťové infrastruktury pro mobilní telekomunikační služby představuje zásadní strukturální
2417 překážku vstupu na vymezený velkoobchodní trh. Na základě historie budování mobilních
2418 telekomunikačních sítí v ČR stávajícími MNO a výše uvedených překážek budování sítí
2419 nových je možno konstatovat, že časová náročnost vybudování nové mobilní telekomunikační
2420 sítě, která by umožnila poskytování služeb na vymezeném velkoobchodním trhu, by přesáhla
2421 5 let. Uvedené časové období je platné za předpokladu disponování subjektu potřebným
2422 frekvenčním spektrem a s využitím sdílení sítí se stávajícími MNO.

2423 **Vysoké investice do marketingu značky**

2424 Pro efektivní vstup na vymezený maloobchodní trh potřebuje nový subjekt vstupující
2425 na trh kromě investic do spektra a budování mobilní sítě také investovat do marketingu, tedy
2426 do propagace značky. Stávající MNO disponují znalostí značky více než 90 % obyvatelstva,
2427 kdežto MVNO, kteří jsou na trhu v ČR v tomto parametru neúspěšnější dosahují znalosti
2428 značky kolem 50 %⁸³. Jedná se o MVNO, kteří jsou spojeni s celonárodně známými značkami
2429 (ČEZ, Sazka, Tesco), tedy tzv. privátní značky.

2430 Znalost značky má významný vliv na schopnost akvizice zákazníků. Jana Hamanová,
2431 ředitelka výzkumu SC&C v časopise Komora uvádí: „*Schopnost získat z člověka, který zná*
2432 *značku, reálného zákazníka, který si koupí dané služby, je v průměru 15 %. Velkým hráčům*
2433 *se to ovšem daří výrazně lépe, mohou se blížit až k 50 % míře konverze, zatímco privátní*
2434 *značky jsou na tom naopak nejhůře, jejich konverze se pohybuje v jednotkách procent.*“⁸⁴

2435 Pokud by MVNO aspiroval na získání stejně vysoké znalosti značky jako mají MNO na
2436 trhu v ČR, musel by konzistentně investovat do jejího marketingu po dobu více než 5 let řádově
2437 stovky milionů Kč ročně. Z tohoto důvodu patří marketingová bariéra při vstupu na trh k trvalým
2438 bariérám vstupu na vymezený maloobchodní trh.

2439 **Nemožnost dosáhnout úspor z rozsahu**

2440 Další zásadní strukturální překážkou vstupu na vymezený velkoobchodní trh je
2441 v případě vstupu poskytovatele typu MVNE na vymezený velkoobchodní trh nemožnost
2442 dosáhnout úspory z rozsahu při využití velkoobchodních nabídek MNO působících na tomto
2443 trhu.

2444 Z výše uvedených důvodů je nabídka služeb MVNE z pohledu MVNO ve srovnání s
2445 nabídkami MNO méně atraktivní, a tudíž málo využívána.

Závěr:

Vymezený relevantní trh se vyznačuje značnými, a nikoliv dočasnými strukturálními překážkami vstupu na trh a kritérium č. 1 je možno považovat za splněné.

⁸³ Zdroj: <https://www.businessinfo.cz/clanky/pruzkum-zakaznicke-spokojenosti-mobilni-operatori-a-poskytovatele-internetu/>

⁸⁴ Zdroj: <https://www.businessinfo.cz/clanky/pruzkum-zakaznicke-spokojenosti-mobilni-operatori-a-poskytovatele-internetu/>

2446 **3.2 Kritérium č. 2: trh v daném časovém horizontu nesměřuje k účinné**
2447 **hospodářské soutěži**

2448 Hodnocení Evropské komise a BEREC: Úřad v první řadě uvádí, že Komise ve svém
2449 rozhodnutí ze dne 17. 2. 2022 uvedla, že dle jejího názoru není kritérium č. 2 splněno. Tento
2450 svůj závěr založila zejména na základě toho, že závazek národního roamingu povede ke
2451 zvýšení konkurence na trhu. BEREC považuje kritérium č. 2 za splněné. ČTÚ k tomu uvádí,
2452 že tuto analýzu provádí výhradně pro časový horizont do očekávaného uplatnění národního
2453 roamingu. Očekávané uplatnění národního roamingu Úřad doplnil zejména analýzou
2454 technických požadavků na implementaci národního roamingu a aktualizovaným průzkumem
2455 trhu, jak je blíže popsáno v kapitolách C.6, C.8 a 2.1.2. ČTÚ má tedy za to, že výhrada Komise
2456 ke splnění tohoto kritéria pro účely této analýzy odpadla a toto kritérium č. 2 je splněno.
2457 Z tohoto důvodu v ostatních aspektech analýzy splnění tohoto kritéria č. 2 nedoplnil a převzal
2458 z původní analýzy předložené Komisi v roce 2021. Blíže k jednotlivým připomínkám Komise
2459 ČTÚ odkazuje na přehlednou tabulku na konci kapitoly C.0.

2460 Analýza ukázala, že ve sledovaném období (2014–2020) jsou tržní podíly jednotlivých
2461 operátorů stabilní a podíl MVNO na trhu je velmi nízký a stagnuje.

2462 Relevantní trh kvůli tomu rovněž po celou sledovanou dobu vykazuje vysokou míru
2463 koncentrace.

2464 Analýza zároveň ukázala, že MVNO se nedokázali etablovat v segmentu tarifů v pásmu
2465 nad 300 Kč. Přítomnost MVNO ve firemním segmentu je zcela zanedbatelná.

2466 Pokud jde o velkoobchodní úroveň trhu, analýza ukázala velmi nízký tržní podíl MVNE,
2467 přičemž dynamika trhu je taková, že počty SIM karet prodaných MVNE od roku 2016 klesají.

2468 Relevantní trh tedy ve sledovaném období 2014–2020 nevykazuje žádný (nebo jen
2469 zanedbatelný) vývoj směřující k účinné hospodářské soutěži. Při zohlednění výhledové
2470 analýzy nelze ani jiný vývoj v následujících letech předpokládat.

2471 Kromě případného efektu aukce kmitočtů v roce 2020, na základě které získali tři
2472 držitelé kmitočtových přidělů v pásmu 3400–3800 MHz nárok za určitých podmínek žádat o
2473 přístup k národnímu roamingu, který však nelze očekávat dříve než v roce 2025, a tudíž
2474 nespadá do časového vymezení této analýzy, nám nejsou známy žádné potenciální faktory,
2475 které by stávající dynamiku trhu mohly změnit.

2476 Naplnění druhého kritéria 3K testu, tedy existenci struktury trhu, která nesměřuje k
2477 účinné hospodářské soutěži, demonstrují také praktiky společnosti T-Mobile, která v roce 2021
2478 jednostranně vypověděla velkoobchodní smlouvy s 12 MVNO bez udání důvodu, a to na
2479 základě vynucených extrémně krátkých výpovědních lhůt, které MVNO neumožňovaly zajistit
2480 si náhradní velkoobchodní plnění od jiných MNO. Teprve po intervenci ČTÚ společnost
2481 T-Mobile výpovědní lhůty prodloužila. Přestože informace o ukončení smluv byla široce
2482 dostupná v médiích, podle zjištění ČTÚ ani jeden z těchto MVNO nedostal nabídku
2483 velkoobchodní spolupráce od konkurenčních velkoobchodních poskytovatelů, tedy ani od O2
2484 ani od Vodafone. Dokonce ani MVNO, kteří se na O2 či na Vodafone sami proaktivně obrátili,
2485 nezískali od těchto teoreticky konkurenčních operátorů nabídku, která by jim umožnila v rámci
2486 z médií známé výpovědní doby změnit poskytovatele velkoobchodních služeb.

2487 Efektivní hospodářskou soutěží se rozumí, dle Usměrnění o prioritách Komise v oblasti
 2488 prosazování práva při uplatňování článku 82 Smlouvy o ES na případy zneužívání
 2489 dominantního postavení podniků vylučující ostatní konkurenty z trhu, uvedené v Oznámení
 2490 Komise KOM (2008) 832 ze dne 5. prosince 2008 takový stav, při kterém ani jeden podnik
 2491 působící na příslušném relevantním trhu nemá významný vliv.

2492 Podnik se považuje za podnik s významným vlivem na trhu, pokud sám nebo společně
 2493 s jinými podniky má postavení odpovídající významné tržní síle, tj. ekonomický vliv, který mu
 2494 dovoluje chovat se ve značné míře nezávisle na konkurentech, zákaznících a koncových
 2495 spotřebitelích.

2496 Podle odst. 54 pokynů na analýzu trhu a posouzení významného vlivu na trhu podle
 2497 regulačního rámce EU pro elektronické komunikační sítě a služby podrobně definovaných
 2498 v Oznámení Komise č. 2018 /C 159/01 („Pokyny“), podíly na trhu mohou vnitrostátnímu
 2499 regulačnímu orgánu poskytnout první užitečný náznak o struktuře trhu a relativním významu
 2500 různých hospodářských subjektů působících na trhu.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Herfindahlův index počtu aktivních SIM-karet	0,309	0,302	0,300	0,301	0,299	0,297	0,296
Herfindahlův index hlasových služeb	0,315	0,306	0,301	0,303	0,304	0,302	0,301
Herfindahlův index služeb SMS	0,315	0,302	0,303	0,306	0,302	0,297	0,294
Herfindahlův index datových služeb	0,317	0,312	0,302	0,311	0,314	0,321	0,338
Herfindahlův index podle tržeb za přenesená data za mobilní tarify s daty ad hoc	0,296	0,330	0,377	0,433	0,451	0,386	0,369
Herfindahlův index podle tržeb za přenesená data za mobilní internet	0,436	0,409	0,410	0,379	0,442	0,387	0,371
Herfindahlův index podle tržeb za přenesená data za mobilní tarify s paušálními daty	0,328	0,332	0,328	0,336	0,318	0,317	0,327

2501 Tabulka 8: Herfindahlův index pro relevantní maloobchodní trh mobilních služeb
 2502 Zdroj: ČTÚ, 2022

2503 V případě velkoobchodního trhu analýza prokázala, že nabídku kapacity pro hlasové
 2504 služby, pro služby SMS a datové služby tvoří téměř výlučně síťoví operátoři, přičemž MVNE
 2505 nabízejí na velkoobchodním trhu pouze cca 2 % hlasových služeb, 2 % služeb SMS a 1 % dat.
 2506 Síťoví operátoři prodávají na velkoobchodním trhu až 97 % všech aktivních SIM karet a až
 2507 99 % aktivních SIM karet využívajících internet. Podílům na velkoobchodní nabídce hlasových
 2508 služeb, služeb SMS a datových služeb odpovídají podíly na tržbách realizovaných na
 2509 velkoobchodním trhu.⁸⁵

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Herfindahlův index počtu aktivních SIM karet	0,447	0,466	0,461	0,470	0,481	0,505	0,516
Herfindahlův index hlasových služeb	0,689	0,706	0,669	0,678	0,696	0,716	0,742
Herfindahlův index služeb SMS	0,680	0,722	0,696	0,688	0,710	0,728	0,745
Herfindahlův index datových služeb	0,708	0,790	0,784	0,817	0,819	0,780	0,791

2510 Tabulka 9: Herfindahlův index pro relevantní velkoobchodní trh mobilních služeb
 2511 Zdroj: ČTÚ, 2022

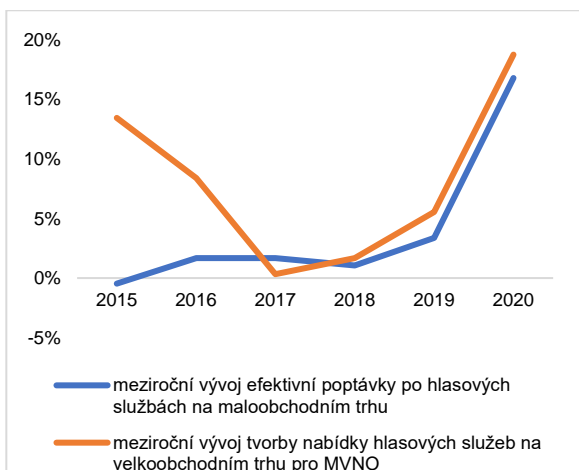
2512 Vysokou koncentrací na trhu, která odpovídá struktuře tvorby velkoobchodní nabídky,
 2513 potvrzuje i Herfindahlův index, jehož hodnota se meziročně kontinuálně zvyšuje a konverguje
 2514 k hodnotě 0,800 nejen z hlediska počtu prodaných aktivních SIM karet, ale také pokud jde o

⁸⁵ Tržní koncentrace byla počítána bez vlivu samozásobení, a to za účelem zdokumentování vývoje tvorby nabídky na velkoobchodním trhu.

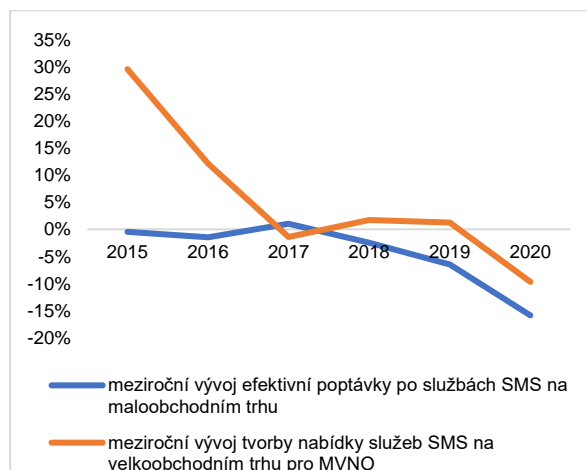
2515 hlasové služby, služby SMS a datové služby. Do výpočtů Hefindahlova indexu byly zařazeny
 2516 tržní podíly podle jednotlivých ukazatelů bez samozásobení, jelikož cílem bylo poukázat na
 2517 koncentraci tvorby nabídky na velkoobchodním trhu. Interpretace je tedy jednoznačná,
 2518 velkoobchodní trh je velmi koncentrovaný na tři MNO.

2519 Pokud tento stav hodnotíme z pohledu neexistence reálných regulačních parametrů
 2520 tvorby nabídky na velkoobchodním trhu, je třeba zkoumat tržní motivace tvorby nabídky na
 2521 velkoobchodním trhu z pohledu síťových operátorů.

2522 Prvním faktorem tržní motivace tvorby nabídky na velkoobchodním trhu je existence
 2523 poptávky, která se odvíjí od poptávky na maloobchodním trhu. Poptávka na maloobchodním
 2524 trhu je tvořena koncovými zákazníky.



Graf 89: Vývoj objemu hlasových služeb
 Zdroj: ČTÚ, 2022

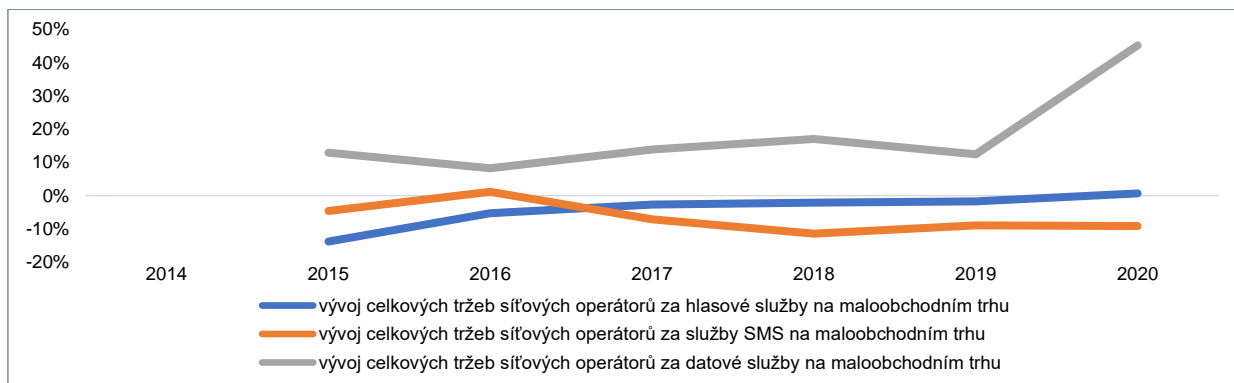


Graf 90: Vývoj objemu služeb SMS
 Zdroj: ČTÚ, 2022



Graf 91: Vývoj objemu datových služeb
 Zdroj: ČTÚ, 2021

2525 Poptávka roste u hlasových a datových služeb a klesá u služeb SMS. Zatímco
 2526 velkoobchodní nabídka reflektuje vývoj poptávky na maloobchodním trhu v oblasti hlasových
 2527 služeb a služeb SMS, v oblasti datových služeb dochází k prohlubování nedostatečného
 2528 objemu dat na nabídkové straně velkoobchodního trhu vzhledem k objemu poptávky na
 2529 maloobchodním trhu.



Graf 92: Porovnání vývoje celkových tržeb za jednotlivé typy mobilních služeb
Zdroj: ČTÚ, 2021

2530
2531
2532

2533 Při zkoumání příčin tohoto jevu bylo aplikováno zaměření na srovnání maloobchodních
2534 tržeb síťových operátorů za jednotlivé typy mobilních služeb s cílem identifikovat možné tržní
2535 motivace tvůrců nabídky na velkoobchodním trhu.

Závěr:

Relevantní trh vykazoval po celé sledované období téměř neměnnou strukturu z hlediska tržních podílů a vysokou míru koncentrace a zároveň nejsou známy a očekávány žádné faktory, které by v časovém vymezení analýzy vedly ke směřování trhu k účinné hospodářské soutěži. Proto je možno považovat kritérium č. 2 za splněné.

2536 3.3 Kritérium č. 3: právo hospodářské soutěže je samo o sobě nedostatečné k 2537 tomu, aby adekvátně řešilo zjištěná selhání trhu

2538 Hodnocení Evropské komise a BEREC: Úřad v první řadě uvádí, že Komise ve svém
2539 rozhodnutí ze dne 17. 2. 2022 uvedla, že otázku splnění tohoto kritéria č. 3 nechává, s ohledem
2540 na nedostatečné vyhodnocení tohoto kritéria ze strany ČTÚ, otevřenou. BEREC považuje
2541 kritérium č. 3 za splněné i když též konstatoval, že provedené vyhodnocení by mohlo být více
2542 rozpracováno. ČTÚ ve svém hodnocení tohoto kritéria trvá na tom, že právo hospodářské
2543 soutěže samo o sobě není dostatečné k řešení identifikovaných selhání trhu, jak ostatně
2544 potvrdil opakovaně ÚOHS. ČTÚ k tomu dále uvádí, že tuto analýzu provádí výhradně pro
2545 časový horizont do konce roku 2024. Očekávané uplatnění národního roamingu Úřad doplnil
2546 zejména analýzou technických požadavků na implementaci národního roamingu a
2547 aktualizovaným průzkumem trhu, jak je blíže popsáno v kapitolách C.3, C.6, C.8 a č. 2.1.
2548 Vzhledem k notoricky známé délce trvání soutěžního ex post řízení je zřejmé, že v tomto
2549 výhledu není soutěžní právo dostatečné k vyřešení zjištěného problému. Z tohoto důvodu a s
2550 ohledem na konkrétní připomínky Evropské komise a BEREC k vyhodnocení tohoto kritéria
2551 ČTÚ své hodnocení doplnil o podrobnější vyhodnocení nedostatečnosti samotného
2552 uplatňování práva hospodářské soutěže, jakož doplnil i odůvodnění rozdílnosti vyhodnocení
2553 tohoto kritéria v porovnání s výsledky 3K testu v roce 2016. Blíže k jednotlivým připomínkám
2554 Komise ČTÚ odkazuje na přehlednou tabulku na konci kapitoly C.0.

2555 Smyslem třetího kritéria je posoudit, zda na trhu, splňujícím první dvě kritéria, nelze
2556 dosáhnout nápravy (tj. účinné hospodářské soutěže) prostředky soutěžního práva. Evropská
2557 komise v Doporučení o relevantních trzích ke třetímu kritériu uvádí že rozhodnutí o tom, zda
2558 nějaký trh připadá v úvahu pro regulaci ex ante, by mělo záviset na posouzení dostatečné

2559 schopnosti práva hospodářské soutěže řešit selhání trhu, která byla nalezena při hodnocení
2560 prvních dvou kritérií.

2561 V rámci třetího kritéria ČTÚ zvažoval, zda nápravná opatření dle soutěžního práva
2562 postačují k odstranění tržního selhání na vymezeném trhu mobilních služeb. ČTÚ posuzoval,
2563 zda lze legislativu na ochranu hospodářské soutěže považovat za nedostačující (bez
2564 kombinace s regulací ex ante) nebo neodpovídající k řešení zjištěných selhání trhu. Blíže se
2565 výkladu třetího kritéria věnuje Komise ve vysvětlujícím memorandu k platnému Doporučení
2566 Komise o relevantních trzích z 18. 12. 2020⁸⁶ v kap. 2.2. (str. 14–15). Nápravná opatření dle
2567 soutěžního práva lze poté považovat za nedostačující například v situaci, kdy by byla potřeba
2568 uplatnit nezbytnou regulační povinnost k nápravě tržního selhání prostřednictvím regulace
2569 ex ante (např. povinnosti přístupu nebo zvláštní požadavky na nákladové účetnictví), kde je
2570 regulatorní zásah vedoucí k nápravě tržního selhání spojen s rozsáhlými požadavky na
2571 compliance, protože musí být dlouhodobý (např. potřeba podrobného účetnictví pro regulační
2572 účely, hodnocení nákladů, sledování podmínek včetně technických parametrů atd.), nebo kde
2573 jsou nezbytně časté a/nebo včasné zásahy, nebo tam, kde je prvořadé vytvoření právní jistoty
2574 (např. dlouhodobější cenová regulace).

2575 ČTÚ v kontextu tohoto kritéria považuje za rozhodující posouzení, zda je
2576 pravděpodobné, že nápravná opatření podle soutěžního práva jsou dostatečná k odstranění
2577 překážek pro efektivní hospodářskou soutěž. Soutěžní úřad ÚOHS) může na základě Zákona
2578 o hospodářské soutěži⁸⁷ posuzovat trh z hlediska možné existence zakázaných dohod (§ 3),
2579 případně z hlediska možného zneužití dominantního postavení (§ 11).

2580 V případě prokázání existence zakázané dohody ÚOHS účastníkům takové dohody
2581 zakáže jednání dle takové dohody a je oprávněn uložit pokutu až do výše 10 % z čistého obratu
2582 za poslední ukončené účetní období. Mezi pravomoci ÚOHS v tomto případě tak nepatří
2583 ukládání nezbytných povinností vedoucích k nápravě tržního selhání. ČTÚ zároveň prokázání
2584 takové dohody, i kdyby reálně existovala, považuje za velice obtížné a nepravděpodobné, a
2585 to zejména s ohledem na důkazní břemeno, kdy by taková explicitní dohoda musela být
2586 nalezena.

2587 V případě prokázání zneužití dominantního postavení (jednoho či více soutěžitelů)
2588 může ÚOHS podniku či podnikům v dominantním postavení uložit všechna opatření nezbytná
2589 k tomu, aby bylo protiprávní jednání ukončeno a došlo k nápravě tržního selhání. Intervence
2590 podle práva hospodářské soutěže však předpokládají, že ke zneužití dominantního postavení
2591 již došlo. Na základě soutěžního práva tak nelze předem ukládat povinnosti nebo pravidla,
2592 která by vedla k včasnému odstranění aktuálních či potenciálních tržních problémů
2593 s omezováním hospodářské soutěže na trhu s výhledem do budoucna a s následným
2594 pravidelným dohledem a monitorováním trhu.

2595 Sektorově specifická regulace ex ante je naopak navržena tak, aby na jejím základě
2596 bylo možno předem zmírnit nebo eliminovat případné problémy s omezováním hospodářské
2597 soutěže na relevantním trhu.

2598 ČTÚ má za to, že na základě vyhodnocení bariér vstupu v prvním kritériu a směřování
2599 k účinné hospodářské soutěži ve druhém kritériu lze usuzovat, že na relevantním trhu dochází
2600 k takovým tržním selháním, že je třeba uložit podrobné povinnosti (přístupu k síti včetně
2601 případných povinností souvisejících s regulací cen) formou specifické regulace ex ante, které

86 https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=72442

87 Zákon č. 143/2001 Sb.

2602 není možno uložit dle legislativy práva hospodářské soutěže. Tím by byla zároveň i zajištěna
2603 nezbytná míra předvídatelnosti regulačních zásahů na trhu. Dle názoru ČTÚ lze rovněž
2604 dovozovat, že nastavení pravidel regulace by mělo vést k uzavření smluv o přístupu
2605 umožňujících rozvoj konkurence na předmětném velkoobchodním a příslušném
2606 maloobchodním trhu, a tak směřovat trh ve zkoumaném období k účinnější hospodářské
2607 soutěži.

2608 ČTÚ se při vyhodnocování třetího kritéria zabýval i otázkou včasnosti zásahu při řešení
2609 tržních selhání, respektive snížením nebo eliminací jejich vzniku. ČTÚ vzal do úvahy stávající
2610 situaci na trhu a předpokládaný vývoj a dospěl k závěru, že regulace ex ante bude adekvátnější
2611 a efektivněji reagovat na zjištěné problémy na trhu v porovnání s regulací ex post. Sektorově
2612 specifická regulace ex ante by tak měla být v tomto případě považována za vhodný doplněk k
2613 regulaci ex post.

2614 Výše uvedené závěry týkající se 3. kritéria a možností soutěžního práva byly ze strany
2615 ČTÚ opakovaně konzultovány s ÚOHS. V rámci svých stanovisek předseda ÚOHS
2616 s předloženými závěry projevil souhlas, když mimo jiné konstatoval že: „...*Zatímco tedy*
2617 *regulace ex-ante disponuje nástroji, které umožňují identifikovat a zmírnit i dlouhodobá*
2618 *strukturální selhání trhu a přijímat průběžná opatření a dohled nad plněním opatření k jejich*
2619 *nápravě, hlavním nástrojem soutěžního práva je možnost udělit jednorázovou sankci konkrétní*
2620 *osobě nebo osobám za zjištěné porušení soutěžního práva, přičemž nemá k dispozici nástroje,*
2621 *které by umožňovaly včasné řešit aktuální či potencionální strukturální selhání trhu s výhledem*
2622 *do budoucna a s následným pravidelným dohledem a monitorováním trhu.“* V závěru svého
2623 stanoviska poté shrnul že: „*S ohledem na výše uvedené není možné považovat soutěžní právo*
2624 *za vhodný ani dostatečný nástroj k odstranění dlouhotrvajících selhání trhu, tedy ani těch,*
2625 *která ČTÚ identifikoval v Návrhu analýzy.“*

2626 ČTÚ rovněž vychází ze skutečnosti že na trzích, na nichž přetrvávají velké rozdíly ve
2627 vyjednávacích pozicích mezi podniky a kde některé podniky jsou odkázány při dodávce svých
2628 služeb na infrastrukturu/síť provozovanou jinými subjekty, je vhodné vytvořit rámec pro
2629 zajištění účinného fungování trhu. Pokud nejsou obchodní jednání úspěšná nebo za
2630 současných podmínek nepřinášejí zlepšení konkurenční situace na trhu, měly by mít vnitrostátní
2631 regulační orgány pravomoc v zájmu koncových uživatelů zajistit přístup, propojení
2632 a interoperabilitu služeb za přiměřených podmínek.

2633 Na základě výše uvedeného proto dospěl ČTÚ k závěru, že k dosažení požadovaného
2634 cíle rozvoje hospodářské soutěže na vymezeném relevantním trhu je nezbytné aplikovat
2635 specifickou sektorovou regulaci ex ante a že uplatňování práva hospodářské soutěže není
2636 samo o sobě dostatečné k řešení nalezených soutěžních problémů.

2637 S ohledem na připomínky EK směřující k závěrům vyhodnocení testu tří kritérií na
2638 mobilním trhu v roce 2016, kde ČTÚ došel k opačným závěrům, tedy dostatečnosti práva
2639 hospodářské soutěže k řešení identifikovaných tržních problémů ČTÚ uvádí následující
2640 vysvětlení.

2641 Za prvé je nutné zmínit, že věcné vymezení zkoumaného trhu mobilních služeb se
2642 v roce 2016 lišilo od toho současného, a to zejména z pohledu (ne)zahrnutí mobilních datových
2643 služeb. Vymezení trhu a test tří kritérií prováděný v roce 2016 odpovídalo původně
2644 vymezenému trhu z roku 2012, kdy ČTÚ poprvé zahájil své analýzy ohledně zkoumání
2645 existence společné významné tržní síly. Trh vymezený v roce 2012 představoval
2646 “velkoobchodní trh přístupu a původu volání (originace) ve veřejných mobilních telefonních
2647 sítích” (jak odpovídalo definici bývalého relevantního trhu č. 15 vymezeného EK) s důrazem
2648 v té době zejména na služby volání a SMS. Datové služby v té době, s ohledem na tehdejší

2649 omezené pokrytí 3G sítí v ČR, netvořily tak významnou součást nabídky. Mobilní datové služby
2650 začaly v ČR nabývat na významu až po roce 2014 v souvislosti s rozvojem 4G sítí, a to po
2651 aukci kmitočtů pro 4G sítě v roce 2013. ČTÚ tak hodnocení trhu, tj. zkoumání testu tří kritérií
2652 v roce 2016 založil na formálně dříve vymezeném a ustanoveném trhu v rámci národního listu
2653 relevantních trhů. Současné vymezení zkoumaného relevantního trhu č. 3 z vymezení
2654 předchozího trhu vychází, avšak zahrnuje do vymezení (od zkoumání v roce 2017–2019)
2655 zejména mobilní datové služby a nově je nazván jako "velkoobchodní trh přístupu k mobilním
2656 službám".

2657 Za druhé je nutné zmínit faktor vstupu mobilních virtuálních operátorů na trh v období
2658 let 2013/2014. Tito operátoři po regulačních aktivitách ČTÚ jako byla analýza výše uvedeného
2659 trhu v roce 2012 (která již v té době shledala existenci společné významné tržní síly tří MNO),
2660 aukce kmitočtů pro 4G síť (ve které bylo vyčleněno pásmo pro nového 4. operátora) začali na
2661 trh vstupovat na základě komerčně dojednaných smluv o přístupu s jednotlivými MNO. V tomto
2662 období vlivem výše uvedených faktorů došlo mimo vstupu MVNO na trh také k razantnímu
2663 poklesu cen tehdy nabízených služeb – došlo zejména k prvnímu uvedení neomezených tarifů
2664 (s neomezeným voláním a neomezenými SMS) na mobilní trh v ČR. V období 2014–2016
2665 docházelo k postupnému rozvoji MVNO a jejich tržního podílu, jak je patrné z údajů uvedených
2666 ve vyhodnocení předchozích kritérií. Mobilní trh se tedy v roce 2016 jevil v dynamickém světle
2667 a ČTÚ s ohledem na daný vývoj očekával jeho směřování k účinné hospodářské soutěži.
2668 Vyhodnocení posledního, tj. 3. kritéria tříkriteriálního testu bylo zároveň ovlivněno
2669 vyhodnocením předchozích dvou kritérií, v rámci kterých ČTÚ ve výhledu do budoucna
2670 neshledal potenciální selhání trhu – neboť shledal že trh směřuje k rozvoji konkurence a
2671 docházelo ke vstupům MVNO na základě komerčních podmínek. ČTÚ tak očekával, že
2672 dotčený trh bude i nadále ve výhledu vykazovat dostatečnou konkurenční dynamiku, tj. bude
2673 umožněn vstup MVNO, bude umožněn jejich rozvoj na mobilním trhu (replikovatelnost služeb),
2674 bude nadále docházet k poklesu cen. Shledal tak, že případná selhání trhu bude možné řešit
2675 standardními nástroji prostřednictvím práva na ochranu hospodářské soutěže. Dokonce v
2676 daném období i postavení ČR v mezinárodních srovnání cen mobilních služeb zaznamenalo
2677 znatelné zlepšení. Bohužel jen dočasně.

2678 Následně za třetí ČTÚ uvádí, že se však bohužel v následujících obdobích výše
2679 uvedená očekávání o vývoji trhu nenaplnila. Po prvotním vstupu a rozvoji MVNO začal trh opět
2680 stagnovat, komerční podmínky velkoobchodních smluv o přístup neumožňují MVNO jejich
2681 rozvoj na trhu, a to zejména s ohledem na mobilní datové služby s vyššími objemy dat.
2682 Konkurenční prostředí začalo zaostávat a tím i postavení ČR v rámci mezinárodních porovnání
2683 cen za mobilní služby.

2684 Závěrem k porovnání situace v roce 2016 a nyní ČTÚ uvádí, že se jeho původní
2685 očekávání v rámci výhledové analýzy bohužel nepromítla do skutečného vývoje trhu. Původně
2686 uzavřené komerční nabídky neumožnily adekvátní úpravu podmínek (vč. cenových) s ohledem
2687 na rozvoj maloobchodního trhu a nabídek samotných MNO, jakož i vyjednávání o nových
2688 smlouvách nevedla ke vstupu významných a rozvíjejících se konkurentů, kteří by zajišťovaly
2689 vývoj trhu směrem k efektivní konkurenci. Ačkoliv bylo několika desítkám MVNO umožněno
2690 na trh vstoupit, na základě dosavadního vývoje nelze shledat že by jim bylo ze strany
2691 velkoobchodních dohod s MNO umožněno efektivně konkurovat a pomoci vést trh k rozvoji
2692 efektivní hospodářské soutěže. Neuspokojivá současná a výhledová situace na aktuálně
2693 vymezeném a zkoumaném trhu, jakož i na podřazeném maloobchodním trhu mobilních služeb

2694 je poté popsána v rámci kapitol výše případně i kapitol níže zaměřených na zkoumání
2695 existence významné tržní síly.

2696 Blíže se výkladu třetího kritéria věnuje Komise ve vysvětlujícím memorandu
2697 k platnému Doporučení Komise o relevantních trzích z 18. 12. 2020⁸⁸ v kap. 2.2. (str. 14–15).
2698 Ex ante regulace dle výkladu Komise přichází v úvahu za okolností, kdy by podle práva
2699 hospodářské soutěže nemohly být uloženy regulační povinnosti nezbytné k nápravě selhání
2700 trhu (např. povinnosti přístupu nebo zvláštní požadavky na nákladové účetnictví), kde je
2701 regulační zásah vedoucí k nápravě tržního selhání spojen s rozsáhlými požadavky na
2702 compliance, protože musí být dlouhodobý (např. potřeba podrobného účetnictví pro regulační
2703 účely, hodnocení nákladů, sledování podmínek včetně technických parametrů atd.), nebo kde
2704 jsou nezbytně časté a/nebo včasné zásahy, nebo tam, kde je prvořadé vytvoření právní jistoty
2705 (např. dlouhodobější cenová regulace).

2706 Z provedené analýzy a identifikovaných tržních selhání vyplývá, že je třeba uplatnit
2707 specifické nástroje ex ante regulace. Identifikovaná selhání jsou dlouhodobého
2708 a strukturálního rázu a vyžadují efektivní a včasné uplatnění povinností přístupu a cenové
2709 regulace a následného trvalého regulačního dohledu a k tomu potřebných povinností v oblasti
2710 nákladového účetnictví. Ex post soutěžní pravidla nejsou sama o sobě postačující, neboť míří
2711 k sankcionování již dokonaných jednotlivých soutěžních deliktů. Sektorová ex ante regulace
2712 má naopak nástroje k identifikaci a zmírnění i dlouhodobých či hrozících tržních selhání
2713 a k soustavné činnosti a dohledu směřujících k jejich nápravě. S ohledem na popsané bariéry
2714 vstupu na trh a dlouhodobá selhání na velkoobchodním trhu mobilních služeb se s ohledem
2715 na výše uvedené jeví uplatnění nástrojů ex ante regulace jako nezbytné.

Závěr:

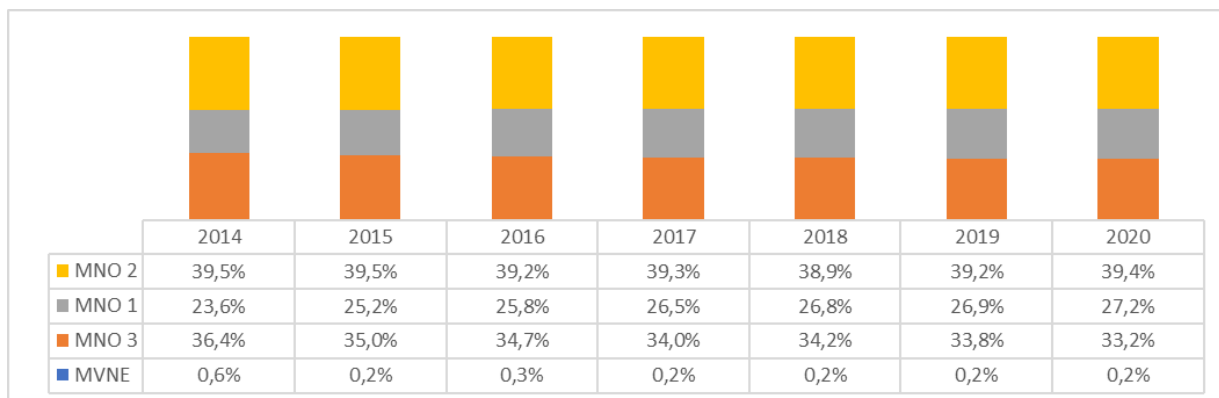
ČTÚ konstatuje, že třetí kritérium je splněno. Uplatňování práva hospodářské soutěže samo o sobě dostatečně nezajistí odstranění zjištěných tržních selhání, a proto je vymezený velkoobchodní trh způsobilý pro uplatnění sektorově specifické ex ante regulace.

2716 **4. Hodnocení samostatné významné tržní síly**

2717 **4.1 Tržní podíly a jejich vývoj na velkoobchodním trhu**

2718 Největším poskytovatelem SIM karet na velkoobchodním trhu, se zahrnutím
2719 samozásobení, byla k 31. prosinci 2020 společnost [REDAKCE] s tržním podílem
2720 39,4 %. Druhým největším poskytovatelem byla společnost [REDAKCE]
2721 s podílem 33,2 %. Třetím největším poskytovatelem pak byla společnost
2722 [REDAKCE] s podílem 27,2 %. MVNE se zahrnutím samozásobení u MNO měli
2723 tržní podíl pouze 0,2 %.

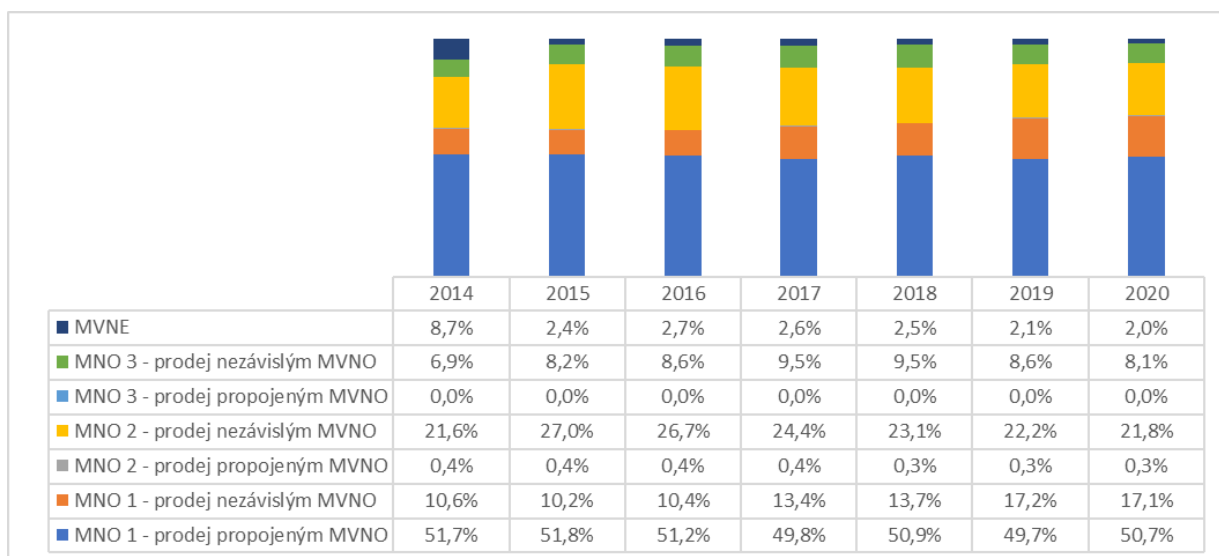
⁸⁸ https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=72442



Graf 93: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě velkoobchodně prodaných aktivovaných SIM karet, včetně velkoobchodního přepraveje se zahrnutím samozásobení (k 31. 12. 2020) Zdroj: ČTÚ, 2022

2724
2725
2726

2727 Další graf ukazuje situaci na velkoobchodním trhu na základě celkového počtu
2728 velkoobchodně prodaných SIM karet, bez zahrnutí samozásobení, k 31. prosinci 2020.
2729 Největším poskytovatelem byla společnost [redacted] s tržním podílem 67,8 %
2730 (z toho činí prodeje majetkově nepropojeným MVNO 17,1 % a prodeje majetkově propojeným
2731 MVNO 50,7 %). Druhým největším poskytovatelem na základě počtu SIM karet byla
2732 společnost [redacted] s podílem 22,2 % (z toho činí prodeje majetkově
2733 nepropojeným MVNO 21,8 % a prodeje majetkově propojeným MVNO 0,3 %). Třetí,
2734 společnost [redacted], měla 8,1 %. Dále na trhu působili i MVNE, jejich celkový
2735 podíl byl k 31. prosinci 2020 2 %.

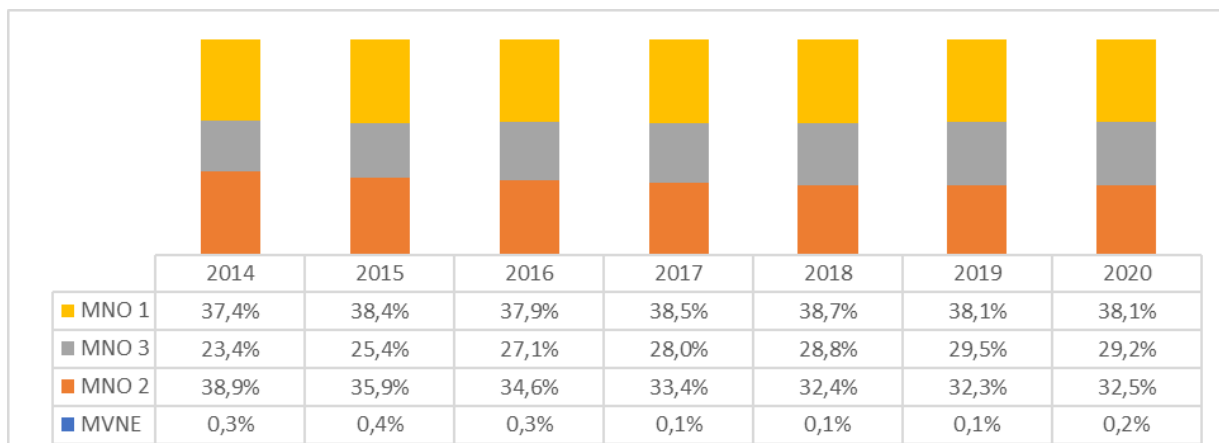


Graf 94: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě velkoobchodně prodaných aktivovaných SIM karet, včetně velkoobchodního přepraveje bez zahrnutí samozásobení (k 31. 12. 2020) Zdroj: ČTÚ, 2022

2736
2737
2738
2739

2740 Dále byly analyzovány tržní podíly na velkoobchodním trhu z pohledu jednotlivých
2741 služeb nabízených v mobilních sítích, jak ukazují následující grafy.

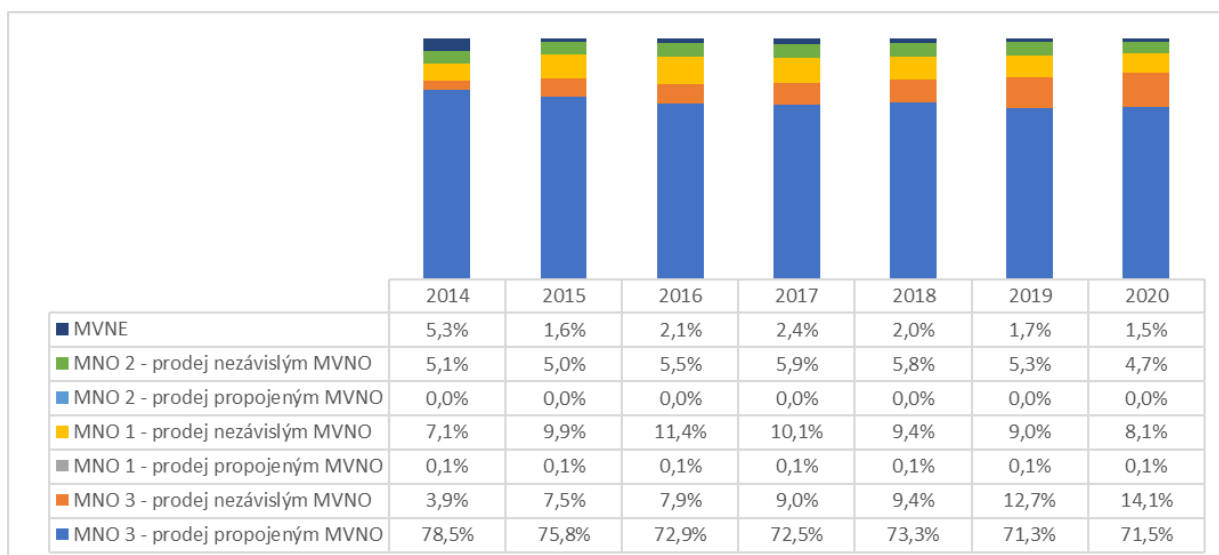
2742 Se zahrnutím samozásobení, má na základě objemu originovaných minut na
2743 velkoobchodním trhu k 31. prosinci 2020 největší tržní podíl společnost [redacted]
2744 s podílem 38,1 %, dále pak následuje společnost [redacted] s 32,5 % a
2745 společnost [redacted] s podílem 29,2 %, a také MVNE s 0,2 %.



Graf 95: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě objemu originovaných minut, včetně velkoobchodního přeprdeje se zahrnutím samozásobení (k 31. 12. 2020)
Zdroj: ČTÚ, 2022

2746
2747
2748
2749

2750 Bez zahrnutí samozásobení byla největším poskytovatelem společnost
2751 [redacted] s tržním podílem 85,6 % (z toho činí prodeje majetkově
2752 nepropojeným MVNO 71,5 % a prodeje majetkově propojeným MVNO 14,1 %). Dále na
2753 velkoobchodním trhu působila společnost [redacted] s podílem 8,2 % (z toho
2754 činí prodeje majetkově nepropojeným MVNO 8,1 % a prodeje majetkově propojeným MVNO
2755 0,1 %). Dále společnost [redacted] s 4,7 % a MVNE s 1,5 % tržním podílem.

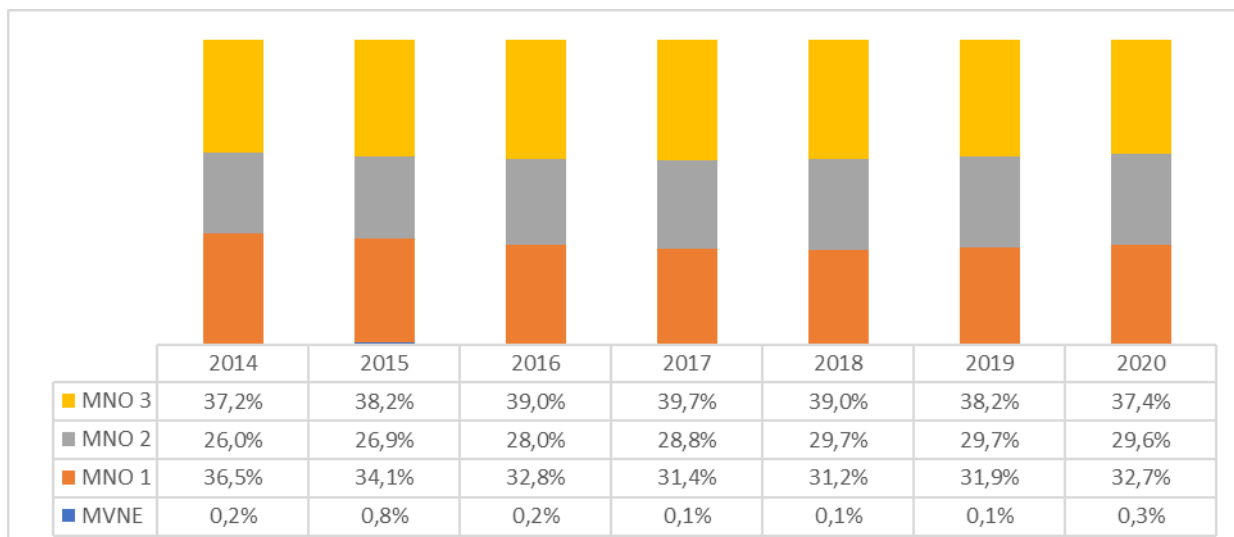


Graf 96: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě objemu originovaných minut, včetně velkoobchodního přeprdeje bez zahrnutí samozásobení (k 31. 12. 2020)
Zdroj: ČTÚ, 2022

2756
2757
2758
2759

2760 Mezi roky 2014 a 2020 si lze všimnout značného propadu podílu MVNE, což bylo dáno
2761 jednak tím, že do roku 2014 ještě na trhu působila jako MVNE společnost GTS Czech s.r.o.,
2762 která zanikla fúzí se společností T-Mobile k 2. 1. 2015, a dále zejména skokově narůstajícími
2763 objemy velkoobchodních prodejů přímo ze strany MNO nově příchozím MVNO. V této
2764 souvislosti je možné zmínit zejména vstup majetkově propojených MVNO s O2, tj. Tesco
2765 Mobile a O2 Family na trh v roce 2013, resp. 2014.

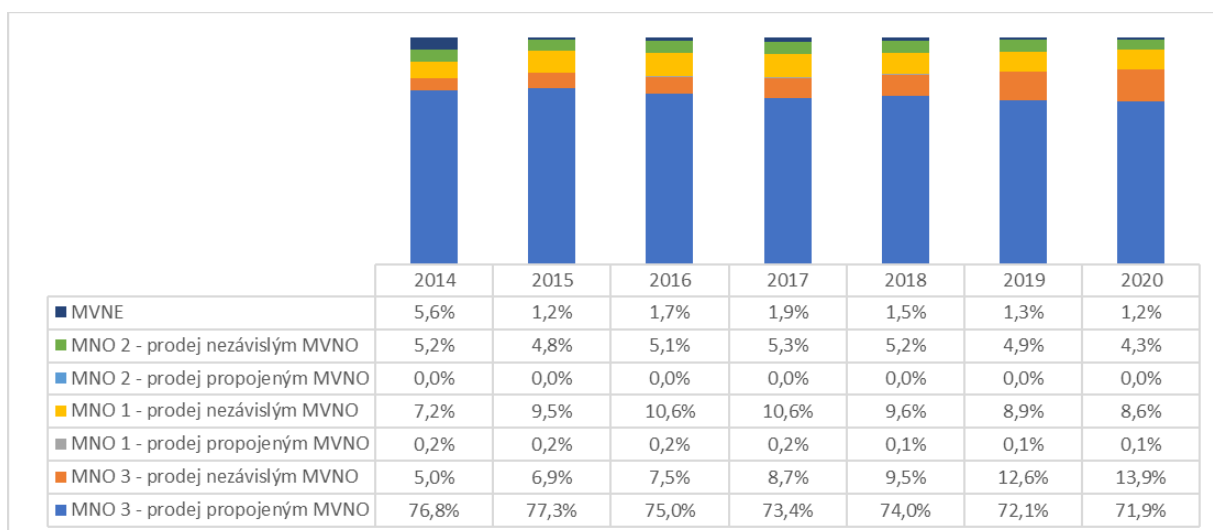
2766 Největší tržní podíl na velkoobchodním trhu, z pohledu počtu odeslaných SMS, včetně
2767 samozásobení, měla k 31. prosinci 2020 společnost [redacted] s podílem
2768 37,4 %, poté následovaly společnosti [redacted] s podílem 32,7 % a
2769 [redacted] s podílem 29,6 %. Tržní podíl MVNE byl 0,3 %.



Graf 97: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě počtu odeslaných SMS, včetně velkoobchodního přeprave se zahrnutím samozásobení (k 31. 12. 2020)
Zdroj: ČTÚ, 2022

2770
2771
2772
2773

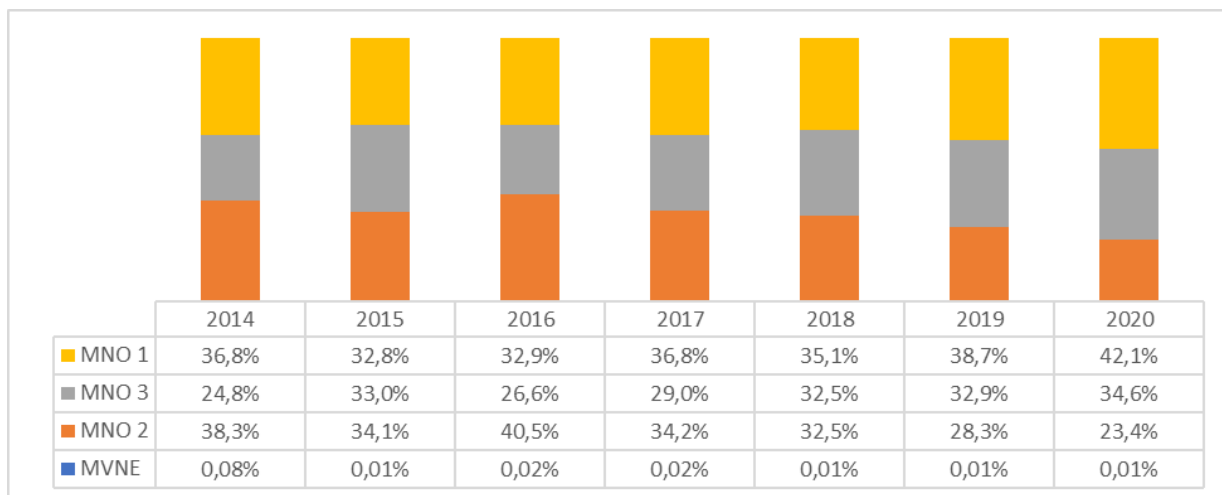
2774 Bez zahrnutí samozásobení měla největší tržní podíl společnost
2775 [redacted] a to 85,8 % (z toho činí prodeje majetkově nepropojeným MVNO
2776 13,9 % a prodeje majetkově propojeným MVNO 71,9 %). Následovala společnost
2777 [redacted] s podílem 8,7 % (z toho činí prodeje majetkově nepropojeným
2778 MVNO 8,6 % a prodeje majetkově propojeným MVNO 0,1 %). Další v pořadí byla společnost
2779 [redacted] s podílem 4,3 %. MVNE dosahovali tržního podílu 1,2 %.



Graf 98: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě počtu odeslaných SMS, včetně velkoobchodního přeprave bez zahrnutí samozásobení (k 31. 12. 2020)
Zdroj: ČTÚ, 2022

2780
2781
2782
2783

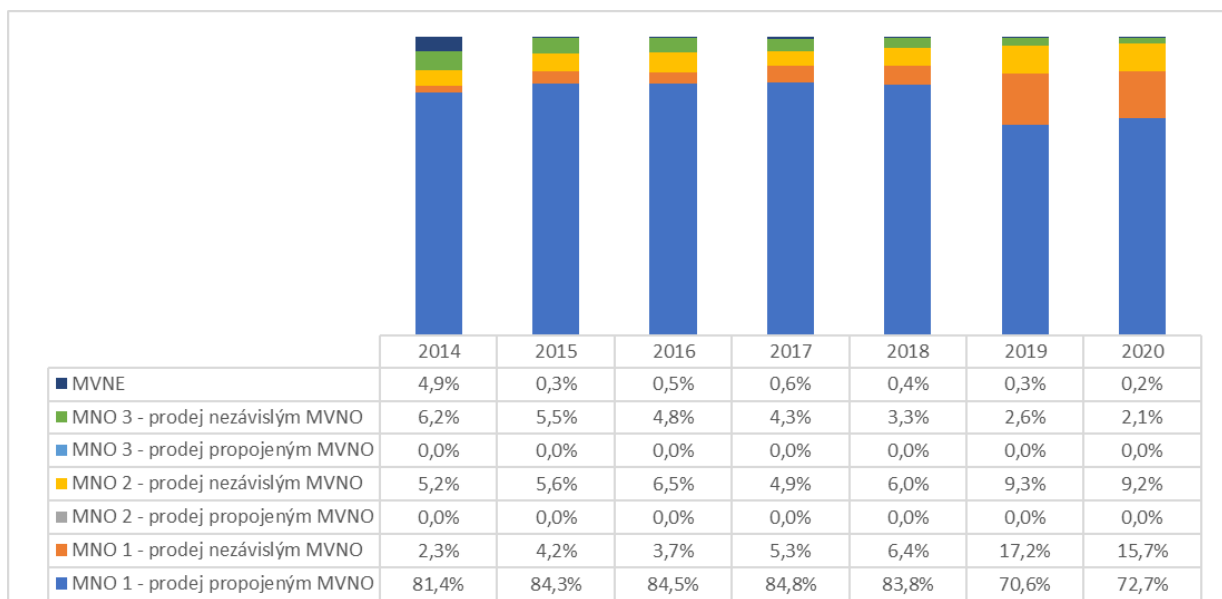
2784 Na základě objemu přenesených dat, se zahrnutím samozásobení, má největší tržní
2785 podíl společnost [redacted] a to 42,1 %, následuje
2786 [redacted] s podílem 34,6 % a [redacted] s podílem
2787 23,4 %. MVNE mají podíl 0,01 %.



Graf 99: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě objemu přenesených dat v GB, včetně velkoobchodního přepraveje se zahrnutím samozásobení (k 31. 12. 2020)
Zdroj: ČTÚ, 2021

2788
2789
2790
2791

2792 Na základě objemu přenesených dat, bez zahrnutí samozásobení, je největším
2793 poskytovatelem společností s tržním podílem 88,4 % (z toho činí
2794 prodeje majetkově nepropojeným MVNO 15,7 % a prodeje majetkově propojeným MVNO
2795 72,7 %). Následují společnosti s podílem 9,2 %, a
2796 s podílem 2,1 %. MVNE dosáhli tržního podílu 0,2 %.



Graf 100: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě objemu přenesených dat, včetně velkoobchodního přepraveje bez zahrnutí samozásobení (k 31. 12. 2020)
Zdroj: ČTÚ, 2021

2797
2798
2799
2800

2801 Pro dosažení komplexnosti hodnocení vývoje podílů na maloobchodním trhu je třeba
2802 popsat vývoj poptávky a nabídky dat na velkoobchodním i na maloobchodním trhu a trendy
2803 porovnat. Velkoobchodní nabídka dat rostla ve sledovaném období průměrným tempem 72 %
2804 ročně. Současně poptávka na maloobchodním trhu měřená vývojem objemu přenesených dat
2805 ze strany koncových zákazníků stoupala průměrným tempem 56 % ročně. Tato zvýšená
2806 poptávka je pokryta hlavně ze strany síťových operátorů, jelikož jejich nabídka na
2807 maloobchodním trhu rostla stejným průměrným tempem jako poptávka. Stejný vývoj byl
2808 zaznamenán i při vývoji nabídky dat ze strany MVNO majetkově propojených se síťovými
2809 operátory. Na druhé straně, nabídka dat MVNO majetkově nepropojených se síťovými

2810 operátory rostla průměrným tempem pouze 40 % ročně. Vývoj na maloobchodním trhu tak
2811 indikuje postupné vytlačování MVNO majetkově nepropojených se síťovými operátory.

2812 Pokud je na vývoj poptávky a nabídky dat pohlíženo z pohledu vývoje posledních tří let
2813 je patrné významné zhoršení pozice MVNO majetkově nepropojených se síťovými operátory
2814 především na velkoobchodním trhu. MVNO majetkově nepropojení se síťovými operátory
2815 dokážou prostřednictvím velkoobchodního trhu navyšovat svou kapacitu dat pouze na úrovni
2816 48 % ročně, zatímco MVNO majetkově propojení se síťovými operátory dokázali navyšovat
2817 kapacitu dat prostřednictvím velkoobchodního trhu průměrným tempem 98 % ročně.

2818 **4.2 Vývoj ceny na velkoobchodním trhu**

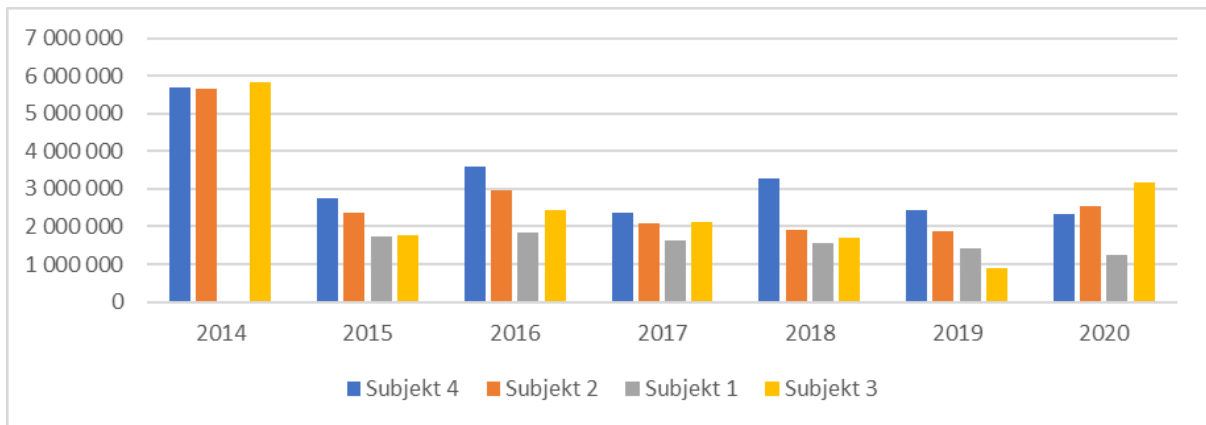
2819 V části C.6 tohoto dokumentu je popsán také vývoj cen na maloobchodním i
2820 velkoobchodním trhu. Pro účely vyhodnocení tržní síly se uplatní závěry z uvedené kapitoly, tj.
2821 že z pohledu dynamiky vývoje cen na velkoobchodním trhu a maloobchodním trhu mobilních
2822 služeb a jejich vzájemného srovnání je možné konstatovat, že ceny za jednotku hlasové služby
2823 klesaly na maloobchodním trhu rychleji než ceny na velkoobchodním trhu. Pokud se jedná o
2824 službu SMS vývoj cen na maloobchodním a velkoobchodním trhu zabezpečuje dostatečný
2825 prostor pro tvorbu přidané hodnoty pro všechny subjekty na nabídkové straně maloobchodního
2826 trhu. Vývoj velkoobchodní ceny dat nicméně vzbuzuje obavy, jelikož na maloobchodním trhu
2827 cena poměrně významně klesá, ale na velkoobchodním trhu stagnuje na úrovni řádově vyšší
2828 než je současná maloobchodní cena, což má významný vliv na konkurenční pozici tržních
2829 subjektů z pohledu atraktivnosti jejich produktů pro koncové zákazníky. Zároveň lze na základě
2830 analýzy konstatovat, že virtuální operátoři nedokážou replikovat nabídky síťových operátorů
2831 zejména pokud jde o produkty v cenové hladině nad 300 Kč, tedy pokud jde o produkty s
2832 vyšším objemem dat.

2833 **4.3 Další kritéria**

2834 Vedle hodnocení tržních podílů a jejich vývoje bylo provedeno vyhodnocení dalších
2835 kritérií, na základě nichž je možné hodnotit možnou samostatnou významnou tržní sílu
2836 subjektů, působících na velkoobchodním trhu mobilních služeb.

2837 Z hlediska celkové velikosti podniků, měřeno kritérii jako jsou počet zákazníků (resp.
2838 SIM karet), tržby za prodané mobilní služby, vertikální integrace, nabídky dalších služeb
2839 (fixních, TV apod.), využívané rádiové kmitočty (pro zajišťování mobilních sítí), finanční síla,
2840 počet zaměstnanců, je možné konstatovat, že všichni tři síťoví operátoři – tj. T-Mobile, O2
2841 a Vodafone jsou na srovnatelné úrovni, a nelze říci, že by některý z nich oproti svým
2842 konkurentům disponoval nepoměrně většími výhodami, jako např. většími výnosy z rozsahu
2843 a ze šíře sortimentu, větší kapacitou sítě, vyšší kupní silou apod.

2844 Současně všichni tři síťoví operátoři disponují srovnatelnou nesnadno duplikovatelnou
2845 infrastrukturou, nezbytnou pro poskytování služeb v mobilních sítích, která není dostupná
2846 konkurenčním subjektům (např. typu MVNE) na velkoobchodním trhu. Při hodnocení mobilních
2847 sítí jednotlivých síťových operátorů nelze rovněž u žádného z nich nalézt technologickou
2848 výhodu či převahu, která by mu umožňovala přednostní, popřípadě výlučný přístup k vyspělým
2849 technologiím, ke kterým by ostatní subjekty přístup neměly. O tom ostatně vypovídá
2850 i srovnatelná struktura investičních nákladů, které jednotliví síťoví operátoři v průběhu času
2851 vynakládají, jak zobrazuje následující graf.



Graf 101: Celkové investice do aktiv mobilních sítí a služeb elektronických komunikací (v tis. Kč bez DPH)⁸⁹
Zdroj: ČTÚ

2852
2853
2854

2855 Po vyhodnocení kritérií posuzujících samostatnou významnou tržní sílu nebyla na
2856 velkoobchodním trhu mobilních služeb v České republice shledána působnost takového
2857 subjektu, který by byl individuálně v pozici umožňující mu chovat se ve značné míře nezávisle
2858 na ostatních soutěžitelích či zákaznících a spotřebitelích.

2859
2860

4.3.1 Snižující se elasticita nákladové struktury MNO a z toho plynoucí nižší motivace k poskytování velkoobchodních služeb

2861 Na základě analýzy finančních výkazů MNO v ČR, ale i v jiných zemích, je možno
2862 konstatovat, že elasticita nákladů vůči změně počtu obsluhovaných zákazníků je u všech typů
2863 nákladů, kromě nákladů na provize prodejním kanálům, velice nízká. To znamená, že MNO
2864 nedokážou pružně snižovat náklady v uvedených kategoriích v případě, že nedosáhnou
2865 plánovaných obchodních výsledků. To platí také pro náklady na marketing na maloobchodním
2866 trhu, protože v případě jejich omezení MNO snižuje svou „viditelnost“ na trhu a ohrožuje tak
2867 své obchodní výsledky do budoucna. V případě, že obchodní výsledky přesáhnou plán, tak,
2868 vzhledem k úsporám z rozsahu na straně MNO, se tyto náklady (s výjimkou nákladů na
2869 provize prodejním kanálům) zásadně nezvyšují. Je proto možno konstatovat, že se tyto typy
2870 nákladů svou povahou řadí spíše k nákladům fixním.

2871 Vzhledem ke skutečnosti, že náklady na prodejní kanál představují na trhu ČR 2 až
2872 6násobek měsíčního výnosu (ARPU) akvírovaného zákazníka nebo zákazníka v retenci⁹⁰, jsou
2873 MNO vzhledem k velikosti své zákaznické báze na maloobchodním trhu nuceny hledat úsporu
2874 nákladů na tyto činnosti. Základním trendem tohoto posunu je přechod na digitální (online,
2875 mobilní aplikace) prodejní a retenční kanály a kanály péče o zákazníky a s tím spojené snížení
2876 nákladů na zákaznické aktivity⁹¹.

2877 Vzhledem na výše uvedené by pak v ilustrativním případě přechodu maloobchodního
2878 zákazníka od MNO k MVNO, který by využíval velkoobchodní služby stejného MNO, došlo u
2879 MNO ke ztrátě části marže, protože MNO by nedokázal lineárně vykompenzovat ztrátu marže
2880 na maloobchodním trhu snížením nákladů.

⁸⁹ Společnost CETIN, a.s., i když není MNO, byla v přehledu uvedena z důvodu, že se významnou měrou podílí na provozu mobilní sítě společnosti O2 Czech Republic, a.s.

⁹⁰ Zdroj: zjišťování IstraAnalytica Advisory s.r.o.

⁹¹ Např.: „Higher satisfaction at lower cost: Digitizing customer care“, McKinsey 2016: https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/technology%20media%20and%20telecommunications/telecommunications/our%20insights/lessons%20from%20digital%20telcos%20five%20initiatives%20to%20improve%20business%20performance/higher_satisfaction_at_lower_costs_digitizing_customer_care.pdf

Závěr k samostatné tržní síle:

Na základě analýzy nebyla shledána existence samostatné významné tržní síly některého z MNO na velkoobchodním trhu.

2881 Při hodnocení situace na celém velkoobchodním trhu, tj. včetně samozásobení
2882 síťových operátorů, je zřejmé, že žádný ze stávajících poskytovatelů nedosahuje samostatně
2883 takového tržního podílu, který by mu umožňoval chovat se ve značné míře nezávisle na
2884 konkurenci, zákaznících a spotřebitelích. Při hodnocení tržní situace na základě tržních podílů
2885 bez zahrnutí samozásobení síťových operátorů je patrné, že významným poskytovatelem
2886 služeb na velkoobchodní úrovni je ke konci roku 2020 společnost O2 Czech Republic a.s., jejíž
2887 tržní podíl z hlediska velkoobchodně prodaného počtu SIM karet, prodaných minut, SMS a
2888 mobilních dat se pohybuje zhruba mezi 65 a 86 %. Tyto poměrně vysoké hodnoty ovšem
2889 vypovídají pouze o malé části trhu (odpovídající souhrnnému tržnímu podílu virtuálních
2890 operátorů), neboť nezahrnují zmíněné samozásobení síťových operátorů.

2891 Rovněž byla hodnocena i stálost tržních podílů u jednotlivých poskytovatelů. Z výše
2892 uvedených grafů je patrné, že ačkoliv výše tržních podílů z hlediska velkoobchodního prodeje
2893 minut, SMS a dat se zpravidla u jednotlivých poskytovatelů v průběhu času mění, je současně
2894 zřejmé, že dynamika velkoobchodního prodeje SIM karet z hlediska tržních podílů je poměrně
2895 malá a přesuny mezi jednotlivými poskytovateli nenaznačují rozvinutou hospodářskou soutěž.
2896 Tržní podíl MVNE, a to i z hlediska jeho vývoje, je zanedbatelný a pohybuje se v řádu desetin
2897 procenta.

2898 5. Hodnocení společné významné tržní síly

2899 Poté, co nebylo shledáno, že by v České republice na vymezeném velkoobchodním
2900 trhu mobilních služeb působil samostatný subjekt s významnou tržní silou, byl trh analyzován
2901 z hlediska nalezení možné společné významné tržní síly tvořené více subjekty, a to společné
2902 významné tržní síly všech tří síťových operátorů – O2, T-Mobile a Vodafone.

2903 Předpokladem zkoumání společného významného vlivu na trhu je situace, kdy několik
2904 podniků, které jsou právně a hospodářsky navzájem nezávislé, může mít společnou
2905 významnou tržní sílu za předpokladu, že se z ekonomického hlediska prezentují nebo
2906 spolupůsobí na určitém trhu jako kolektivní subjekt.

2907 Pro zjištění společné významné tržní síly není nezbytná existence dohody nebo jiných
2908 právních vztahů. Takové zjištění se může zakládat i na jiných kritériích a závisí na
2909 hospodářském posouzení, především na posouzení struktury trhu. Pro potvrzení nebo
2910 vyvrácení společného významného vlivu (tj. existence tiché koordinace) je nutné provést
2911 hospodářský test stanovený Evropským soudním dvorem (ESD), který je založen na
2912 otestování těchto tří tržních charakteristik:

- 2913 • transparentnost;
- 2914 • udržitelnost;
- 2915 • vnější faktory.

2916 Hodnocení Evropské komise a BEREC: Úřad v první řadě uvádí, že Komise ve svém
2917 rozhodnutí ze dne 17. 2. 2022 uvedla, že dle jejího názoru nejsou splněny tzv. Airtours kritéria

2918 pro prokázání společné významné tržní síly. Úřad k některým připomínkám Komise doplnil
2919 dodatečné vysvětlení a uvedení na pravou míru, a dále zejména teorií her, na jejímž základě
2920 dospěl opětovně k závěru, že na trhu existuje tichá koordinace mezi 3 MNO. ČTÚ má tedy za
2921 to, že výhrada Komise ke splnění podmínek pro tacitní koluzi a prokázání společné významné
2922 tržní síly pro účely této analýzy odpadla. Blíže k jednotlivým připomínkám Komise ČTÚ
2923 odkazuje na přehlednou tabulku na konci kapitoly C.0.

2924 **5.1 Způsobilost trhu k tacitní koluzi a transparentnost trhu**

2925 Nejprve bylo posouzeno, zda je vymezený trh mobilních služeb v České republice
2926 způsobilý k tacitní koluzi, resp. je dostatečně transparentní. Pro tento účel bylo provedeno
2927 vyhodnocení níže uvedených kritérií.

2928 Podstatou tohoto kritéria je, že každý člen participující na koluzi musí mít možnost znát
2929 chování ostatních členů a zjistit, zda ostatní participující členové přijali stejnou strategii a zda
2930 ji uplatňují. Proto musí existovat dostatečná transparentnost trhu, aby mohli dostatečně přesně
2931 a rychle vyhodnotit způsob, jakým se vyvíjí tržní chování konkurence.

2932 Toto bylo také prokázáno pomocí aplikace teorie her v části C.7 tohoto dokumentu.

2933 **Existence referenčního bodu**

2934 V tomto bodě byla vyhodnocena možná existence minimálně jednoho referenčního
2935 bodu (parametru), na základě kterého by se subjekty účastníci se tacitní koluze mohly
2936 orientovat a vzájemně koordinovat své jednání bez toho, aby se výslovně dohodly. Referenční
2937 bod tak musí být dostatečně významný pro to, aby společná strategie na jeho základě byla
2938 schopná omezit či jinak ovlivnit účinnou hospodářskou soutěž, a zároveň musí být dostatečně
2939 jednoduchý a snadno určitelný.

2940 Možná existence referenčního bodu byla posuzována mj. na souvisejícím
2941 maloobchodní trhu.

2942 ČTÚ má za to, že alespoň jeden takovýto referenční bod na maloobchodním trhu
2943 mobilních služeb v České republice existuje a je jím cena mobilních služeb, která v sobě
2944 reflektuje i cenu mobilních služeb na velkoobchodním trhu. Ačkoliv lze předpokládat, že
2945 jednotliví síťoví operátoři navzájem své velkoobchodní nabídky neznají, je zřejmé, že je mohou
2946 monitorovat přeneseně právě prostřednictvím maloobchodního trhu mobilních služeb, a to v
2947 nabídkách jednotlivých operátorů – jak virtuálních operátorů, tak ostatních síťových operátorů,
2948 kteří nabízejí maloobchodní služby na základě samozásobení.

2949 Cena mobilních služeb na maloobchodním trhu byla shledána referenčním bodem i s
2950 ohledem na fakt, že odklon od koordinovaného chování (v rámci tacitní koluze) může být
2951 realizován vedle velkoobchodního prodeje virtuálním operátorům (za nekoordinovanou cenu)
2952 také chováním samotných MNO na maloobchodním trhu, kdy mohou sami nabídnout mobilní
2953 služby za takovou cenu, kterou by ostatní soutěžitelé již vyhodnotili jako odklon od
2954 koordinované strategie.

2955 Referenční bod, tj. cena mobilních služeb, ovlivňuje i počet SIM karet účastníka tacitní
2956 koluze, resp. jeho tržní podíl na maloobchodním trhu. Možnost sledovat počet SIM karet mají
2957 síťoví operátoři jednak prostřednictvím Národní referenční databáze přenesených čísel v
2958 prostředí mobilních sítí, ve které mohou detailně a víceméně bezprostředně sledovat přesuny

2959 telefonních čísel mezi jednotlivými operátory, a dále také prostřednictvím kvartálních
2960 a výročních zpráv samotných operátorů. Současně je však nutné mít na zřeteli fakt, že ze
2961 samotného přesunu zákazníků mezi operátory, resp. změn tržních podílů, nevyplývá pro MNO
2962 konkrétní příčina této změny, ta musí být následně analyzována na maloobchodním trhu
2963 prostřednictvím aktuálně dostupných nabídek pro zákazníky.

2964 Skutečnost, že na trhu existuje větší množství nabízených tarifů neznamená, že MNO
2965 nemají o těchto tarifech přehled a nedokážou se podle něj velmi dobře orientovat. I když na
2966 trhu existuje vícero tarifů a balíčků s různými parametry, je zcela zřejmé, že nadnárodní
2967 společnosti s tisíci zaměstnanci a týmy zaměřenými na monitoring trhu a konkurence
2968 jsou schopny zcela jednoduše tržní situaci sledovat. Na trhu se objevují sice různé tarify
2969 a balíčky, ale vždy se jedná o určitou kombinaci balíčku dat, hlasu a SMS, rychlosti dat, FUP
2970 a ceny, tedy o homogenní služby. Jednoduchost a určitelnost monitorování maloobchodních
2971 cen umožňuje srovnávací nástroj provozovaný ČTÚ na základě zákonné povinnosti dle § 66a,
2972 který dle zadání spotřebitelé vyhodnotí jednotlivé tarify a seřadí je podle výše
2973 maloobchodní ceny. Srovnávací nástroj kromě ceny obsahuje i doprovodné parametry, které
2974 doplňují informaci o charakteristice tarifu. Do tohoto nástroje jsou povinni zadávat aktuální
2975 informace o nabídkách mobilních služeb všichni poskytovatelé služeb spotřebitelům. Na trhu
2976 existují i neveřejné retenční nabídky u MNO, ale jejich zastoupení je nevýznamné a v čase
2977 klesá.

2978 V neposlední řadě ČTÚ dodává, že sami MNO prezentují své „vlajkové“ produkty
2979 formou televizních, tiskových či dalších reklam a tyto produkty slouží k jednodušší orientaci
2980 v masových nabídkách MNO. Úřad má za to, že maloobchodní ceny plní roli referenčního
2981 bodu, kolem kterého jsou subjekty se společnou významnou tržní silou schopny se
2982 koordinovat. Na základě výše uvedeného má ČTÚ za to, že zkoumaný trh je pro mobilní síťové
2983 operátory, co se týče uplatňovaných maloobchodních cen, dostatečně transparentní pro
2984 monitorování a udržování společné strategie.

2985 Pro účely vymezení referenčního bodu nejsou relevantní neveřejné ceny, které jsou
2986 v ČR na ústupu. Minoritní neveřejné nabídky jednotlivých operátorů jsou nejen irelevantní pro
2987 svoje nízké zastoupení, ale také jsou tyto nabídky veřejně známy. Proto se namísto termínu
2988 „neveřejná“ nabídka spíše hodí termín „veřejně nekomunikovaná“ nabídka. V principu existují
2989 2 typy „neveřejných“ nabídek:

- 2990 1. Nabídka, kterou operátor má ve zveřejněném ceníku, není z jeho strany aktivně
2991 promována prostřednictvím marketingových a prodejních kanálů, ale lze ji dohledat
2992 např. na webu prodejního kanálu operátora; anebo
- 2993 2. Nabídka, kterou operátor nemá ve svém zveřejněném ceníku a není možné ji na
2994 žádném marketingovém a prodejním kanále operátora ze strany potenciálního
2995 zákazníka najít.

2996 Informace o obou typech nabídek je možné běžně dohledat, např.
2997 <https://mobilenet.cz/clanky/t-mobile-nabizi-novy-podpultovy-tarif-za-375-kc-vsak-nenadchne-41868>,
2998 <http://zpravy24.online/2022/02/vodafone-nabizi-podpultovy-tarif-jen-za-297-kc-mesicne/>,
2999 nebo <https://mojeretence.ictx.cz/>. Proto nejsou pro transparentci maloobchodního
3000 trhu „neveřejné“ nabídky ani z pohledu dostupnosti informací o nich žádnou překážkou.

3001 MVNO neveřejné ceny na trhu téměř nenabízejí. Zároveň dle statistik o počtu
3002 přenesených čísel ke změně MNO (zřejmě na základě neveřejné nabídky) dochází v poměrně
3003 nízké míře a z vývoje tržních podílů MNO vyplývá, že nedochází k systematickému přesunu
3004 zákazníků k jednomu z MNO, který by nabízel natolik lákavé neveřejné nabídky a v takovém
3005 rozsahu, aby se to projevilo v tržním podílu některého z MNO.

3006 ČTÚ dále uvádí, že ke koordinaci mezi MNO na základě ceníkových cen již historicky
3007 několikrát došlo. Lze očekávat, že případná zásadní změna chování některého z MNO
3008 na velkoobchodním trhu (např. pokud by jeden z MNO na velkoobchodním trhu nabídl pro
3009 MVNO výhodnou nabídku, na jejímž základě by MVNO mohli replikovat nabídky MNO, včetně
3010 tarifů s velkými či neomezenými datovými balíčky) by se nutně musela projevit
3011 na maloobchodním trhu, zejména v cenové hladině maloobchodních cen.

3012 ČTÚ proto zastává názor, že ceny balíčků jsou referenčním bodem, díky němuž je trh
3013 transparentní a způsobilý k tacitní koluzi. O tom svědčí v neposlední řadě také historické
3014 chování MNO, kdy to byla právě změna maloobchodních ceníkových cen vybraných tarifů,
3015 která byla tím hlavním referenčním bodem, podle něhož se MNO orientovali.

3016 Parametr, který byl zvažován jako eventuální další referenční bod, je kvalita
3017 poskytované služby, konkrétně parametrické omezení maximální přenosové rychlosti.
3018 Možnost monitorování tohoto parametru by opět byla možná prostřednictvím maloobchodních
3019 nabídek virtuálních operátorů. S ohledem na nízkou preferenci tohoto ukazatele ze strany
3020 zákazníků ve srovnání s parametrem ceny služby, však přenosová rychlost jako referenční
3021 bod nebyla vyhodnocena. Nedůležitost tohoto parametru je evidentní i ze strany samotných
3022 operátorů, neboť u většiny tarifů nevyužívají jako rozlišovací parametr rychlost mobilní služby.
3023 ČTÚ nevylučuje důležitost tohoto parametru v budoucnu, nicméně neočekává, že by tomu bylo
3024 v době vymezené touto analýzou.

3025 Z pohledu současně uplatňovaných parametrů týkajících se kvality poskytované služby
3026 (např. upload, zpoždění, jitter, případně spolehlivost sestavení hovoru, čas sestavení hovoru
3027 aj.) nelze tyto kvalitativní ukazatele považovat za schopné významně ovlivnit rozhodování
3028 koncových účastníků a tím potenciálně i hospodářskou soutěž na trhu. Tyto parametry navíc
3029 obvykle nebývají součástí zveřejňovaných ceníků služeb či obchodních podmínek nabízených
3030 služeb, což je překážkou pro jejich snadný monitoring, a není tak pravděpodobné, že by mohly
3031 sloužit jako referenční bod.

3032 Dále byla jako referenční bod zvažována hodnota FUP limitů v nabídkách MNO u
3033 mobilních tarifů s daty a mobilního internetu, avšak jako vhodnějším parametrem byla
3034 vyhodnocena výše uvedená cena mobilních služeb. A to jednak z důvodu, že v ceně (a
3035 přepočtené jednotkové ceně) je již objem nakupovaných jednotek (tedy i FUP limit u mobilních
3036 datových služeb) reflektován, a dále rovněž z důvodu značného rozsahu uplatňovaných FUP
3037 limitů ze strany MNO, kdy lze na maloobchodním trhu nalézt jak nabídky obsahující řádově
3038 pouze desítky či stovky MB, tak současně nabídky obsahující neomezená data. Stanovení
3039 hranice, která by byla pro MNO směrodatná z hlediska monitorování odklonu od koordinované
3040 strategie, by tak byla jen složitě stanovitelná, a tudíž nepravděpodobná.

3041 **Na základě výše uvedeného byla shledána existence referenčního bodu – ceny**
3042 **mobilních služeb na maloobchodním trhu, na základě kterého by se MNO mohli**
3043 **orientovat a vzájemně koordinovat své jednání při nastavování podmínek na**
3044 **velkoobchodním trhu bez toho, aby se výslovně dohodli. Uvedené dílčí kritérium tedy**

3045 **indikuje způsobilost trhu k tacitní koluzi, neboť shledalo existenci referenčního bodu,**
3046 **jakožto i dostatečnou transparentnost trhu.**

3047 **Symetrické postavení**

3048 V tomto kritériu bylo hodnoceno, zda je postavení dotčených subjektů ve vztahu k
3049 relevantnímu trhu symetrické, neboť se jedná o znak toho, že společná strategie na základě
3050 tacitní koluze je pak pro zúčastněné subjekty jednodušší. Součástí posouzení symetrického
3051 postavení stran je vyhodnocení následujících kritérií.

3052 Ve smyslu odstavce 81 Pokynů prokázání dosažení minimálního rozsahu symetrie
3053 podílů na trhu je třeba posuzovat z hlediska vnitrostátních okolností a relevantního trhu s
3054 ohledem na potřebu podporovat efektivní vstup na trh. Příloha k doporučení Komise
3055 2009/396/ES ze dne 7. května 2009 o regulaci sazeb za ukončení volání v pevných a mobilních
3056 sítích v EU, na kterou odstavec 81 Pokynů odkazuje, stanovuje, že při určování minimálního
3057 efektivního rozsahu pro účely zohlednění podílů na trhu se doporučuje stanovit rozsah ve výši
3058 20 % podílu na trhu.⁹²

3059 Výpočet tržních podílů z kvantitativního hlediska (celkového počtu aktivních SIM karet)
3060 a z kvalitativního hlediska (celkové tržby za mobilní služby) prokázal, že maximální individuální
3061 podíly dosahuje společnost T-Mobile Czech Republic a. s., a to z obou hledisek. Dále tento
3062 výpočet prokázal, že i přesto, že na nabídkové straně trhu s mobilními službami působí v
3063 současnosti 139 subjektů, jen 3 subjekty dosahují podíl nad 20 % a jen dva subjekty z hlediska
3064 počtu aktivních SIM karet a jeden subjekt z hlediska celkových tržeb dosahují tržní podíl nad
3065 30 %. Naopak, z hlediska celkových tržeb, až 136 subjektů dosahuje kumulativní podíl 6 % a
3066 až 133 subjektů dosahuje kumulativní podíl 2 %. Z hlediska celkového počtu aktivních SIM
3067 karet 136 subjektů dosahuje 8% podíl a 133 subjektů dosahuje 4% tržní podíl.

3068 Na základě těchto přepočtů symetrický tržní podíl⁹³, tedy podíl odpovídající 1 subjektu
3069 na trhu v případě, že by všechny tržní subjekty na nabídkové straně trhu s mobilními službami
3070 dosahovaly stejný podíl, představuje 0,72 %.

3071 Doporučený rozsah symetrie tržních podílů na trhu mobilních služeb v České republice,
3072 tedy rozdíl mezi skutečně dosahovanými podíly a symetrickým tržním podílem ve výši 20 %,
3073 překračují 3 subjekty, konkrétně T-Mobile Czech Republic, a.s., O2 Czech Republic, a.s. a
3074 Vodafone Czech Republic, a.s., a to v obou agregovaných ukazatelích.

3075 Struktura trhu mobilních služeb byla dále hodnocena prostřednictvím pomocného
3076 ukazatele Herfindahlova indexu, používaného v hospodářské soutěži k měření koncentrace
3077 hodnoceného odvětví na trhu. Jde o nástroj pro měření konkurence v určitém odvětví a je
3078 definován jako suma čtverců tržních podílů všech firem na trhu.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Herfindahlův index počtu aktivních SIM-karet	0,309	0,302	0,300	0,301	0,299	0,297	0,296
Herfindahlův index hlasových služeb	0,315	0,306	0,301	0,303	0,304	0,302	0,301
Herfindahlův index služeb SMS	0,315	0,302	0,303	0,306	0,302	0,297	0,294
Herfindahlův index datových služeb	0,317	0,312	0,302	0,311	0,314	0,321	0,338

⁹² Viz kap. Tržní podíly a jejich vývoj na velkoobchodním trhu.

⁹³ BREZINA, I.; ORŠULOVA, A.; PEKÁR, J.: Analýza absolútnej koncentrácie vybraného odvetvia pomocou Herfindahlovo-Hirschmanovho indexu; Ekonomický časopis; Slovenská akadémia vied, 2009; s. 85; Dostupné online na: <https://www.sav.sk/journals/uploads/0920140601%2009%20Brezina%20a%20kol.pdf>.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Herfindahlův index podle tržeb za přenesená data za mobilní tarify s daty ad hoc	0,296	0,330	0,377	0,433	0,451	0,386	0,369
Herfindahlův index podle tržeb za přenesená data za mobilní internet	0,436	0,409	0,410	0,379	0,442	0,387	0,371
Herfindahlův index podle tržeb za přenesená data za mobilní tarify s paušálními daty	0,328	0,332	0,328	0,336	0,318	0,317	0,327

Tabulka 10: Herfindahlův index pro relevantní maloobchodní trh mobilních služeb
Zdroj: ČTÚ, 2022

3079
3080

3081 Výpočet Herfindahlova indexu na základě tří různých ukazatelů tržní síly jednoznačně
3082 prokázal, že v každém sledovaném roce a v každém sledovaném tržním ukazateli nabývá
3083 hodnoty vyšší než 0,18, což znamená, že relevantní maloobchodní trh dosahuje velmi vysokou
3084 tržní koncentraci, a to minimálně od roku 2014. Navíc, koncentrace trhu se zvyšuje zejména v
3085 případě datových služeb a v případě tržeb za přenesená data za mobilní tarify s daty ad hoc.

3086 Z hlediska tržního podílu jednotlivých síťových operátorů na celém trhu mobilních
3087 služeb, reprezentovaného celkovým počtem SIM karet, je patrné, že k významným změnám v
3088 tržních podílech nedochází, tržní podíly tří síťových operátorů, měřeno počtem prodaných SIM
3089 karet na velkoobchodním trhu (včetně samozásobení), se v průběhu posledních let
3090 významným způsobem nemění a jednotliví síťoví operátoři si zhruba udržují svůj tržní podíl.

3091 Totéž je patrné i z hlediska tržních podílů podle tržeb za mobilní služby – tedy, že
3092 jednotliví síťoví operátoři si udržují zhruba svůj tržní podíl a ten se v čase významně nemění.

3093 V této souvislosti ČTÚ vyhodnocoval i tržní podíly pouze na velkoobchodním trhu (bez
3094 samozásobení). Jelikož se však z pohledu SIM karet prodaných na velkoobchodním trhu jedná
3095 po období několika let o téměř zanedbatelnou část trhu, neshledává ČTÚ tento pohled za
3096 relevantní pro hodnocení postavení jednotlivých MNO za dostatečně vypovídající o jejich
3097 postavení na definovaném velkoobchodním trhu mobilních služeb.

3098 ČTÚ v rámci hodnocení symetričnosti postavení jednotlivých MNO na mobilním trhu
3099 uvažoval i možné efekty sdílení mobilních sítí v ČR, v rámci kterého dva MNO mají uzavřenu
3100 dohodu o sdílení a 1 MNO se sdílení mobilní sítě neúčastní. S ohledem na značnou profitabilitu
3101 všech MNO (tj. včetně MNO který se sdílení neúčastní) na českém trhu, jak je uvedeno
3102 v kapitole 2.3 Vysoké zisky síťových operátorů v ČR na úkor spotřebitelů, však ČTÚ
3103 neshledává možné nákladové úspory dvou MNO sdílejících rádiovou přístupovou část mobilní
3104 sítě za faktor narušující motivaci a schopnost nesdílejícího MNO následovat společnou
3105 strategii zbývajících MNO týkající se podmínek (vč. cenových) na velkoobchodním trhu.

3106 V návaznosti na časové vymezení této analýzy a navrhovaných opatření má ČTÚ dále
3107 za to, že z pohledu symetričnosti je možné shledat postavení jednotlivých MNO na trhu za
3108 dostatečně podobné. Časové vymezení této analýzy zahrnuje období do 31. 12. 2024 a ČTÚ
3109 je přesvědčen, na základě svých poznatků i informací z trhu, že do tohoto období na mobilní
3110 trh (maloobchodní i velkoobchodní) nevstoupí žádný nový subjekt, který by mohl současnou
3111 tržní situaci změnit. Případný vstup alespoň jednoho ze tří subjektů (společností Nordic
3112 Telecom, Centronet/Nej.cz a PODA) na mobilní trh na základě závazku národního roamingu
3113 společnosti O2 vyplývajícího z poslední aukce 5G kmitočtů v roce 2020 je v daném období
3114 velmi nepravděpodobný. Případné efekty dotčené aukce tak nelze považovat za faktor, který
3115 by měl na vyhodnocované tržní podmínky vliv. I s ohledem na dotčený závazek společnosti
3116 O2 z poslední aukce je v tomto vymezeném období možné považovat postavení této
3117 společnosti za dostatečně podobné a symetrické s ostatními dvěma MNO. Motivace

3118 společnosti O2 dodržovat s ostatními dvěma MNO společnou strategii vzhledem
3119 k vymezenému mobilnímu trhu tak v tomto ohraničeném období není dotčena. S ohledem na
3120 předpokládaný termín možného vstupu nového operátora na základě nároku na národní
3121 roaming v síti společnosti O2 na trh, který je odhadován v optimistické variantě až ke konci
3122 roku 2024, nebude uvedené postavení a chování společnosti O2 v daném období ovlivněno
3123 ani nástroji ČTÚ, které má pro vymáhání daného závazku.

3124 Vzhledem k tomu, že všichni tři síťoví operátoři mají přidělené a využívají obdobné
3125 rozsahy spektra, které budou mít k dispozici i po vymezené období, mají stejné možnosti
3126 vytvářet obdobné nabídky služeb co do rozsahu, kvality a pro stejné segmenty zákazníků.
3127 I z tohoto pohledu mají symetrické postavení.

3128 **Na základě výše uvedeného vyhodnocení tržních podílů (tržní podíly MNO jsou**
3129 **dostatečně podobné), jejich vývoje v čase (tržní podíly jsou stabilní) a dalších faktorů**
3130 **je možné konstatovat, že toto dílčí kritérium svědčí ve prospěch symetrického**
3131 **postavení a indikuje tedy způsobnost trhu k tacitní koluzi.**

3132 **Vertikální integrace**

3133 V tomto kritériu bylo hodnoceno, na jaké úrovni dodavatelského řetězce se dotčené
3134 subjekty (T-Mobile, O2 a Vodafone) nacházejí. Obecně platí, že udržitelnou společnou
3135 strategii, a případnou společnou významnou tržní sílu, mezi soutěžiteli zpravidla naznačuje
3136 skutečnost, že dotčené subjekty jsou na stejné úrovni dodavatelského řetězce, neboť jsou-li
3137 dané subjekty ve shodné pozici vertikálně integrovaného operátora, mají i stejnou pozici
3138 v kontrole svých nákladů a kapacity.

3139 Na základě dostupných informací je možné uvést, že uvedené společnosti – T-Mobile,
3140 O2 a Vodafone působí na stejné úrovni dodavatelského řetězce, tedy jak na maloobchodním,
3141 tak současně na velkoobchodním trhu v České republice. Je tak možné konstatovat, že
3142 uvedení síťoví operátoři jsou ve shodné pozici vertikálně integrovaných síťových operátorů.

3143 Z hlediska hodnocení vertikální integrace nebylo hodnoceno jako podstatné, že
3144 společnost O2 využívá outsourcovanou mobilní síť, poté co byla dne 1. června 2015 dovršena
3145 dobrovolná separace, v rámci které vznikla odštěpením od společnosti O2 společnost CETIN,
3146 na kterou bylo převedeno vlastnictví datových center, pevné veřejné komunikační sítě a
3147 fyzické infrastruktury veřejné mobilní komunikační sítě, jakožto anténní stožáry, přenosové
3148 systémy vč. přiřazených prostředků, vyjma mobilních ústředí. Kmitočtové přiděly v pásmech
3149 450, 700, 800, 900, 1800, 2100 a 2600 MHz pro provozování mobilních sítí a z nich vyplývající
3150 individuální oprávnění nadále zůstala v užívání společnosti O2. Vzhledem k tomu, že výše
3151 uvedené kmitočtové přiděly a mobilní ústředny zůstávají nadále ve vlastnictví společnosti O2,
3152 je provozovatelem veřejné mobilní komunikační sítě stále společnost O2. Společnost O2 také
3153 vstupuje do velkoobchodních smluvních vztahů s MVNO a v tomto smyslu se tak
3154 velkoobchodního mobilního trhu dobrovolná separace nijak nedotkla. Současně je zřejmé, že
3155 všichni MNO disponují zhruba stejným přidělem celoplošných rádiových kmitočtů v současné
3156 době používaných a vhodných pro poskytování mobilních služeb (jak na velkoobchodní, tak
3157 maloobchodní úrovni).

3158 **S ohledem na skutečnost, že všichni MNO působí na trhu v roli vertikálně**
3159 **integrovaných operátorů (tj. působí jak na maloobchodní, tak velkoobchodní úrovni**
3160 **trhu ve stejné úrovni dodavatelského řetězce) je možno konstatovat, že uvedené dílčí**
3161 **kritérium indikuje způsobnost trhu k tacitní koluzi.**

3162 **Homogenita služeb**

3163 Při vyhodnocování možné tacitní koluze bylo rovněž realizováno srovnání, zda dotčené
3164 subjekty (T-Mobile Czech Republic a.s., O2 Czech Republic a.s. a Vodafone Czech Republic
3165 a.s.) nabízejí podobné produkty a služby. V tomto případě se jedná zejména o homogenitu
3166 produktu/služby z pohledu užití ze strany koncového uživatele, a v návaznosti na způsobilost
3167 k jejich monitorování na základě jednotného referenčního bodu.

3168 Samotná homogenita služeb se zkoumá jako jedno z kritérií při hodnocení způsobilosti
3169 trhu k tacitní koluzi. Při posuzování homogenity služeb se pak vyhodnocují technické
3170 parametry služeb, jejich dostupnost, způsob jejich použití vč. koncových zařízení,
3171 a v neposlední řadě cena služeb a jejich struktura.

3172 Poté, co byly v rámci vymezení maloobchodního trhu (detailně viz kapitola Vymezení
3173 a hodnocení trhu pro účely analýzy) srovnány nabídky základních mobilních služeb, tj.
3174 mobilního hlasového volání, služeb SMS a mobilních datových služeb, operátorů T-Mobile
3175 Czech Republic a.s., O2 Czech Republic a.s. a Vodafone Czech Republic a.s. a všech
3176 virtuálních operátorů, je možné konstatovat, že z hlediska jejich použití ze strany koncových
3177 zákazníků vykazují vysokou míru podobnosti z hlediska technických parametrů, dostupnosti,
3178 pokrytí, a dalších důležitých parametrů.

3179 Při hodnocení výše uvedených kritérií se bere v potaz fakt, že síťoví operátoři nabízejí
3180 shodné portfolio základních služeb, včetně roamingu a mezinárodních hovorů, a to jak ve
3181 formě post-paid, tak pre-paid. Uvedené služby nabízejí jak rezidentním, tak firemním
3182 zákazníkům. Dále, že shodně nabízejí dvě varianty uzavření účastnických smluv – buď na
3183 dobu neurčitou nebo na dobu určitou (24 měsíců), přičemž smlouvy na dobu určitou jsou
3184 cenově zvýhodněny oproti smlouvám uzavřeným na dobu neurčitou. Síťoví operátoři rovněž
3185 disponují srovnatelnou maloobchodní prodejní sítí, realizovanou prostřednictvím vlastních
3186 prodejen a externích partnerů (např. na bázi franšizingu).

3187 Z hlediska hodnocení ceny, jakožto jednoho z klíčových parametrů – a to jak na straně
3188 nabídky, tak na straně poptávky, je možno konstatovat, že maloobchodní nabídky výše
3189 uvedených služeb jsou do určité míry homogenní. Na druhou stranu různé složení jednotlivých
3190 nabídek (tarifů) a způsob jejich zpoplatnění snižuje homogenitu cen. Nicméně, nástroj pro
3191 srovnání cen (a kvality) na základě uživatelem definované spotřeby, který v tomto roce (tj.
3192 2021) vytvořil ČTÚ, posiluje transparentnost a srovnatelnost cen.

3193 Skutečnost, že na trhu existuje větší množství nabízených tarifů neznamená, že MNO
3194 nemají o těchto tarifech přehled a nedokážou se podle něj velmi dobře orientovat. I když na
3195 trhu existuje vícero tarifů a balíčků s různými parametry, je zcela zřejmé, že nadnárodní
3196 společnosti s tisícičkami zaměstnanců a týmy zaměřenými na monitoring trhu a konkurence
3197 jsou schopny zcela jednoduše tržní situaci sledovat. Na trhu se objevují sice různé tarify a
3198 balíčky, ale vždy se jedná o určitou kombinaci balíčku dat, hlasu a SMS, rychlosti dat, FUP
3199 a ceny, tedy o homogenní služby.

3200 **Celkově ČTÚ hodnotí srovnávané maloobchodní služby jako z podstatné části**
3201 **homogenní – zejména pokud jde o technické parametry, dostupnost těchto služeb**
3202 **a způsob jejich užití (vč. kompatibility koncových zařízení napříč mobilními sítěmi v ČR)**
3203 **a ceny. Uvedené dílčí kritérium tak nasvědčuje způsobilosti trhu k tacitní koluzi.**

3204 **Výhodnost tacitní koluze z hlediska dlouhodobého zisku**

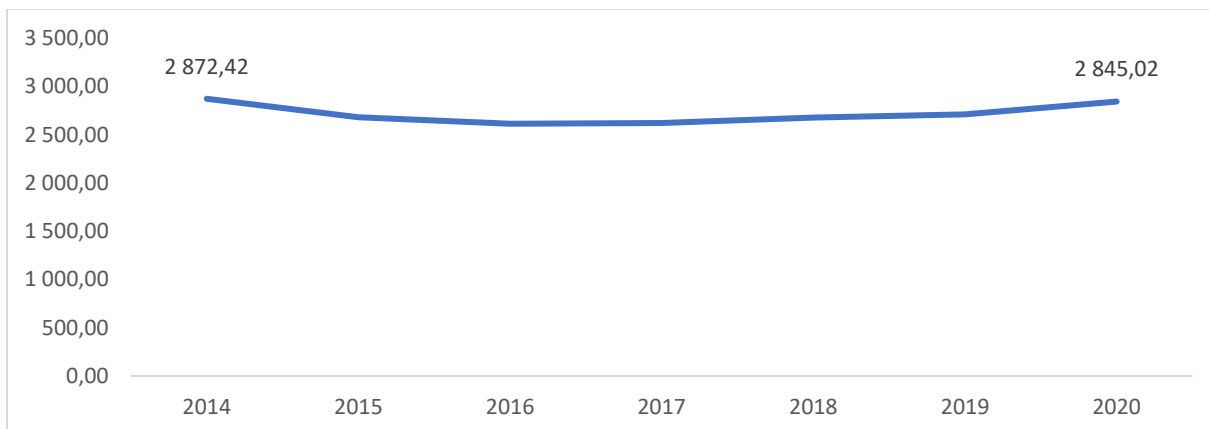
3205 Ze samotné ekonomické teorie vyplývá, že pro soutěžitele na oligopolním trhu je
3206 ekonomicky výhodnější, když využívají koordinovanou strategii, ať už ve smluvní či tacitní
3207 podobě, neboť tak dosahují vyšších cen (a tím i tržeb a výnosů) oproti situaci, kdy by si cenově
3208 konkurovali.

3209 V analýze bylo proto posuzováno, zda by koordinované jednání v podobě tacitní koluze
3210 bylo pro síťové operátory T-Mobile, O2 a Vodafone dlouhodobě výhodné či nikoliv.

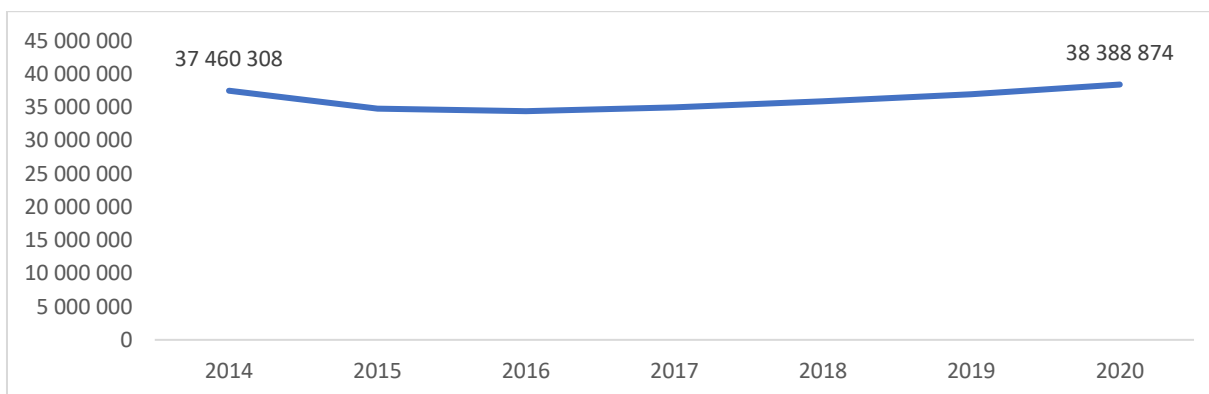
3211 Výhodnost hypotetické tacitní koluze z hlediska dlouhodobého zisku mohla být na trhu
3212 mobilních služeb v České republice modelově ověřena již v minulosti, a to konkrétně od roku
3213 2013.

3214 Hypotetická tacitní koluze, kdy je z individuálně-pragmatických důvodů ze strany
3215 síťových operátorů udržována shodná cenová hladina za srovnatelné služby, tak může
3216 pokračovat i v současné době, neboť by to bylo pro zainteresované strany výhodnější než se
3217 pokusit významně si cenově konkurovat a zvýšit tak svůj tržní podíl. Uvedené potvrzuje i
3218 analýza výhodnosti tacitní koluze dle metodiky teorie her (viz řádky 820 až 1071).

3219 Jak ukazují případy cenové konvergence (viz níže), kdy společnost, jež jako první sníží
3220 ceny, resp. představí nové tarify (jako např. O2 v roce 2013), vzhledem k okamžité reakci
3221 konkurentů, prakticky nic nezíská (tržní podíly zůstávají stabilní) a jediným efektem je ustálení
3222 nabídky na nové úrovni.



3223 Graf 102: Tržby za mobilní služby na 1 aktivní SIM kartu v Kč bez DPH
3224 Zdroj: analýza ČTÚ
3225



3226 Graf 103: Tržby za mobilní služby MNO v ČR v tis. Kč bez DPH
3227 Zdroj: analýza ČTÚ
3228

3229 Z výše uvedených grafů je možné pozorovat že po zavedení neomezených hlasových
3230 a SMS tarifů v ČR na přelomu let 2013/2014, což byl i rok kdy začalo docházet ke vstupu
3231 prvních MVNO na trh, došlo jak k poklesu celkových tržeb u MNO, tak i k poklesu průměrného
3232 výnosu na jednu SIM kartu. Uvedené skutečnosti zároveň souvisely s aukcí kmitočtů pro 4G
3233 sítě, v rámci které bylo vyčleněno pásmo pro potenciálního nového MNO. Jak vyplynulo i z
3234 veřejné konzultace k návrhu analýzy v roce 2021 a vyjádření MNO, uvedený pokles souvisel
3235 právě s možným vstupem nového MNO na trh. Nicméně z dalšího vývoje v letech 2016–2020
3236 je patrné, že MNO byli schopni se postupem času působením na trhu dostat na obdobné,
3237 případně i vyšší úrovně tržeb i průměrných výnosů na jednu SIM kartu, jako v roce 2014.
3238 Uvedené dle názoru ČTÚ znázorňuje a dokládá výhodnost tacitní koluze a motivaci
3239 jednotlivých MNO se účastnit společné strategie a vzájemně si na mobilním trhu nekonkurovat
3240 – jak na maloobchodní, tak velkoobchodní úrovni. Bez významných vzájemných
3241 konkurenčních tlaků jsou MNO schopni dlouhodobě navyšovat své celkové výnosy i
3242 jednotkové výnosy na zákazníka.

3243 Z hlediska celkové způsobilosti trhu k tacitní koluzi je možné konstatovat, že dle jeho
3244 celkového hodnocení trh mobilních služeb v ČR vykazuje způsobilost k tacitní koluzi. Při
3245 vyhodnocení způsobilosti trhu k tacitní koluzi bylo v předběžném hodnocení přihlédnuto
3246 zejména k nalezení referenčního bodu, dostatečně symetrickému postavení jednotlivých
3247 soutěžitelů měřeném tržními podíly na vymezeném trhu, ze kterých nejsou patrné významné
3248 změny v čase, vertikální integraci všech hlavních soutěžitelů na mobilním trhu, převažující
3249 homogenitě služeb a též k dovozené výhodnosti dodržování společné strategie.

3250 **Konvergence cenové politiky**

3251 Transparentnost trhu vyplývá také z cenové politiky MNO a jejich vzájemného chování
3252 na maloobchodním trhu vč. reálné schopnosti přizpůsobovat se změnám nabídek (vč. cen)
3253 ostatních operátorů na trhu.

3254 Z hlediska maloobchodních cenových tarifů lze na českém trhu dlouhodobě sledovat
3255 trend, kdy při změně v tarifní struktuře jednoho ze stávajících mobilních operátorů dochází ve
3256 velice krátké době k vzájemnému blízkému převzetí jak struktury, tak výše nových
3257 maloobchodních cen ze strany zbývajících dvou operátorů. K takové situaci došlo v posledních
3258 letech několikrát, zcela extrémně to bylo patrné v následujících případech:

- 3259 • V dubnu 2013 spustila společnost O2 – následována během 2 měsíců i ostatními
3260 dvěma operátory – nové a v té době revoluční tarify s neomezeným voláním, SMS
3261 a balíčkem mobilního internetu. Startovací tarif s neomezeným voláním a SMS do
3262 vlastní sítě byl nabízen všemi třemi stávajícími operátory za shodnou cenu 249 Kč,
3263 prostřední balíček s neomezenými SMS a balíčkem minut do ostatních sítí
3264 (120/120/130 minut) a srovnatelným balíčkem mobilního internetu (200/150/150 MB)
3265 byl všemi operátory nabízen za shodnou cenu 499 Kč a nejvyšší tarif s neomezeným
3266 voláním a SMS do všech sítí a balíčkem mobilního internetu (1,5/1/1,5 GB) za
3267 749/749/699 Kč (T-Mobile/O2/Vodafone). Tyto tarify platily v prakticky nezměněné
3268 podobě až do roku 2017.
- 3269 • V roce 2017 došlo k mírné diferenciaci tarifů a navýšení datových balíčků na 4/6/7 GB
3270 za cenu 799/849/777 Kč (T-Mobile/O2/Vodafone), popř. na 16/20/20+2 GB za
3271 1499/1699/1777 Kč.

3272 • V druhé polovině roku 2019 v rozmezí 3 měsíců spustili operátoři nabídky tarifu
3273 s neomezeným mobilním internetem (vč. neomezeného volání a SMS), a to buď
3274 s omezením za 1075/1099/1099 Kč (T-Mobile/O2/Vodafone), nebo bez omezení za
3275 1575/1599/1799 Kč.

3276 Cenová soutěž je tedy na trhu potlačena a všichni tři mobilní operátoři mají shodnou
3277 cenovou strategii a udržují velmi blízkou cenovou hladinu klíčových služeb. Tento stav na trhu
3278 trvá nejméně posledních 7 let.

3279 **Silné přizpůsobování cen za mobilní služby během dlouhého období ani ze**
3280 **strany tržních subjektů s podíly nad 20 %, ani ze strany ostatních tržních subjektů na**
3281 **nabídkové straně trhu s mobilními službami nebylo prokázáno. Jedná se však pouze**
3282 **o pomocné kritérium, pokud by se nedalo prokázat hlavní kritérium.**

Závěr ze zkoumání prvního kritéria hodnocení společné významné tržní síly

Dle celkového hodnocení trh mobilních služeb v ČR vykazuje způsobilost k tacitní koluzi. Při vyhodnocení způsobilosti trhu k tacitní koluzi je nutné přihlídnout zejména k nalezení referenčního bodu, dostatečně symetrickému postavení jednotlivých soutěžitelů měřeném tržními podíly na vymezeném trhu, ze kterých nejsou patrné významné změny v čase, vertikální integraci všech hlavních soutěžitelů na mobilním trhu, převažující homogenitě služeb a též k dovozené výhodnosti dodržování společné strategie. Transparentnost trhu byla dále doložena také několika případy okamžité reakce soutěžitelů na změnu cenové politiky ostatních soutěžitelů.

Závěry ČTÚ potvrdil také BEREC ve svém stanovisku, kde uvedl, že „market transparency may in principle be sufficient to meet the Airtours criteria“. Uvedené pak zejména platí ve vymezeném časovém období do konce roku 2024, kdy ČTÚ neshledal relevantnost dopadu závazků z 5G aukce.

3283 5.2 Kritérium hospodářského testu – udržitelnost

3284 Podstatou tohoto kritéria je, že situace tiché koordinace trvá určitý čas, což znamená,
3285 že subjekty účastníci se tacitní koluze mají motivaci, aby se neodchýlily od společné politiky
3286 na trhu. Všichni mohou mít prospěch pouze tehdy, pokud všichni uplatňují paralelní chování.
3287 Koncept represivních opatření v reakci na chování, které se odchyluje od společné politiky, je
3288 tak inherentní součástí této situace. Aby situace tacitní koluze byla udržitelná, musí existovat
3289 přiměřené odrazující prostředky, které zajistí, že bude přetrvávat motivace neodchýlit se od
3290 společné politiky, což znamená, že vysoce konkurenční postup ze strany jednoho z účastníků,
3291 zaměřen na zvýšení jeho podílu na trhu, by vyvolal stejnou reakci ze strany ostatních, takže
3292 by mu jeho iniciativa nepřinesla žádné výhody.

3293 Konkrétní test tohoto kritéria spočívá v prokázání existence věrohodné hrozby
3294 represivních opatření, která odrazuje od odchylujícího chování.

3295 Hypotetický odvetný mechanismus, jak bylo uvedeno výše u konvergence cenových
3296 politik, byl v podmínkách trhu mobilních služeb v České republice demonstrován již v roce
3297 2013, 2017 a 2019 kdy proběhly ze strany síťových operátorů okamžité reakce na změnu ceny,

3298 poté co došlo k nečekané a výrazné změně tarifů jedním z MNO. Tyto případy, které v praxi
3299 ukázaly, že možné odchýlení se od společné strategie může být ihned potrestáno okamžitou
3300 reakcí ze strany ostatních hráčů, a nevede tak k získání tržní výhody pro toho, kdo se od
3301 koluzivní strategie odchýlil, může dodnes fungovat jako účinný preventivní odvetný
3302 mechanismus, který mohou mít dotčené subjekty na zřeteli. V této souvislosti lze předpokládat,
3303 že se nemuselo jednat o pouhé cenové následování, kdy by došlo jen k dorovnání ceny,
3304 a zákazník by mohl jinak profitovat z necenové konkurence (např. z rozdílného mixu služeb
3305 v cenově stejné nabídce).

3306 Snížení cen vyvolané jedním operátorem a jeho následování ostatními operátory může
3307 být považováno za standardní prvek hospodářské soutěže na trhu, a proto je potřeba zkoumat
3308 i okolnosti za kterých dochází ke snížení cen, zda ke snížení cen a změně nabídky nedochází
3309 pod hrozbou možné regulace nebo blížící se aukce a s ní souvisejícího nastavení podmínek
3310 spojených s přidělem vysoutěžených kmitočtů. V takovém případě zkoumat odvetný
3311 mechanismus nedává smysl.

3312 Posuzování existence odvetného mechanismu má smysl tehdy, pokud odchylující se
3313 operátor není tlačěn k tomuto kroku hrozbou regulace, ale jeho autentickým zájmem je
3314 prostřednictvím intenzivnější soutěže získat na úkor svých konkurentů větší tržní podíl a tím
3315 i zisk. Motivaci k tomuto chování odchylujícího se operátora ovlivňuje předpokládaná reakce
3316 ostatních soutěžitelů. Hodnocení této předpokládané reakce ostatních soutěžitelů bude
3317 pravděpodobně ovlivněno nejen mírou velikosti změny (tarifů) ale především také subjektivním
3318 hodnocením na straně odchylujícího se operátora.

3319 Podle Pokynů Evropské komise k posuzování existence významné tržní síly je
3320 nejúčinnější odrazující prostředek ten, který nemusí být použit. Pouze existence účinného
3321 odrazujícího mechanismu v zásadě postačuje, což vede k tomu, že trh je statický bez
3322 významných dynamických změn, a tudíž neprobíhá soutěž na trhu. Neznamená to nutně, že
3323 na takovém trhu nedochází k žádné cenové změně. Snižování cen může být vyvoláno hrozbou
3324 regulace, jak je uvedeno výše a nemusí být spojeno se soutěží na trhu.

3325 Ačkoliv se po uplatnění výše uvedených snížení cen ceny nevrátily zpět na původní
3326 úroveň, neznamená to, že lze takovéto snížení cen automaticky považovat za standardní
3327 prvek hospodářské soutěže. Jak je opakovaně uvedeno v této analýze, ceny mobilních služeb
3328 v České republice jsou dlouhodobě mezi nejvyššími cenami v EU. Zároveň platí, že ceny
3329 mobilních služeb dlouhodobě klesají. Pokud by účastníci tacitní koluze po aplikaci snížení cen
3330 společně najednou zvýšili ceny na původní úroveň, byla by cena mobilních služeb natolik
3331 vysoká v rámci EU benchmarku, že by jednoznačně vedla k podezření nejen z tacitní koluze,
3332 ale potenciálně také z porušení soutěžního práva. Společná strategie ponechat ceny na
3333 snížených úrovních, zejména když se jedná o nejvyšší ceny z pohledu mezinárodních
3334 srovnání, je logickou strategií účastníků tacitní koluze. Postupné zvýšení cen jedním
3335 z účastníků tacitní koluze by navíc mohlo vést k odlivu zákazníků tohoto účastníka, a naopak
3336 k přetáhnutí zákazníků ostatními dvěma účastníky. V neposlední řadě ČTÚ uvádí, že tržby
3337 účastníků tacitní koluze jednoznačně i přes snížení cen rostou v absolutních hodnotách
3338 i v průměrných tržbách na jednu SIM kartu, což dále podporuje závěry o tacitní koluzi. Pokud
3339 by se některý z MNO rozhodl na velkoobchodním trhu změnit strategii a v relevantní míře do
3340 své sítě pouštět MVNO za cenových podmínek, které by MVNO umožnily cenově konkurovat
3341 MNO nabídkám na maloobchodním trhu ve všech různých kategoriích tarifů od levných po ty
3342 drahé s velkým datovým balíčkem a vysokou přidanou hodnotou, je zcela nepochybné, že

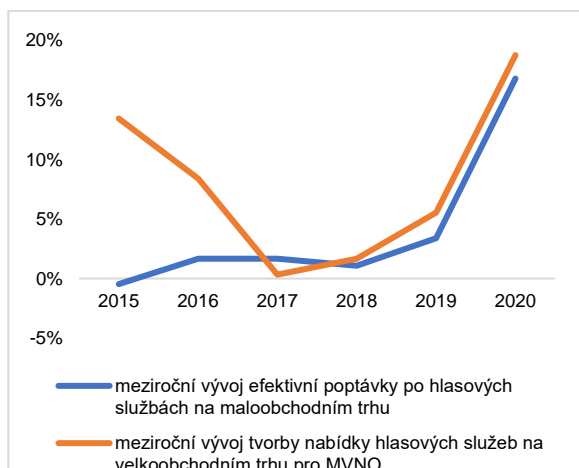
3343 snížením maloobchodních cen (referenčního bodu) by mohli ostatní MNO na takový odklon od
3344 společné strategie reagovat velmi efektivně, jelikož by přinutili odchylujícího se MNO od
3345 takového kroku, resp. by způsobili, že takový krok by byl téměř či zcela nerentabilní jak pro
3346 MVNO, tak i pro odchylujícího se MNO. Ostatně tuto strategii rozkryli sami MNO
3347 v připomínkách ve veřejné konzultaci, kde uvedli, že konvergence maloobchodních cen
3348 v letech 2013, 2017 a 2019 byla společnou reakcí MNO na vnější hrozbu, kterou v dané chvíli
3349 MNO vnímali ve formě potenciálního nového operátora z aukce nebo z regulace trhu. MNO
3350 tímto *de facto* přiznávají, že ochrana před potenciálním rizikem je snížení cen na
3351 maloobchodním trhu, jakožto strategie snížení motivace nového hráče (či vstupu jiného
3352 vnějšího faktoru) na trh vstoupit a získat podíl na trhu s vysokými maržemi.

3353 Evropská komise ve svém rozhodnutí ze dne 17. února 2022 o zpětvzetí předchozího
3354 návrhu analýzy relevantního trhu zpochybnila uvěřitelnost ochoty mobilních síťových operátorů
3355 použít odvetný mechanismus v reakci na odchýlení se od společné strategie jedním z
3356 účastníků tacitní koluze na velkoobchodním trhu. Dle Evropské komise by odvetné opatření
3357 ve formě snížení cen mělo závažné negativní účinky na operátory mobilních sítí a vedlo k nižší
3358 ziskovosti a omezenému nárůstu podílu na maloobchodním trhu. Dle ČTÚ však taková
3359 připomínka nezpochybňuje udržitelnost v analýze popsaného stavu tacitní koluze, protože
3360 principiálně popisuje chování mobilních síťových operátorů v situaci, kdy by ke skutečnému
3361 odchýlení se od společné strategie ani nedošlo. V takovém případě by pak samozřejmě použití
3362 odvetného mechanismu nebylo na místě. ČTÚ nemá za to, že jakákoliv změna podmínek
3363 velkoobchodních smluv a ani jakékoliv snížení velkoobchodních cen pro MVNO představuje
3364 odchýlení se od společné strategie, po kterém by se ostatní účastníci koluze měli uchýlit k
3365 použití odvetného mechanismu. Bylo by nepochybně na individuálním hodnocení všech
3366 účastníků tacitní koluze, zda změna, ke které došlo, má potenciál výrazně pozměnit (zvýšit)
3367 úroveň konkurenčního prostředí, a tedy i narušit tacitní koluzi, resp. ohrozit stávající ziskovost
3368 z ní plynoucí. ČTÚ souhlasí, že pokud by ke snížení velkoobchodních cen, byť teoreticky i
3369 významnému, došlo u hráče (MVNO) bez motivace, prostředků či schopností výrazně
3370 navyšovat svůj maloobchodní tržní podíl, dopad takového kroku do úrovně konkurenčního
3371 prostředí by byl omezený a použití odvetného mechanismu zbytečné. Naopak dopad stejného
3372 kroku u subjektu (MVNO) disponujícího všemi výše uvedenými atributy, tedy mimo jiné i
3373 prostředky na odpovídající publicitu a marketing, by byl výrazně odlišný a účastníkům koluze
3374 by nezbyla jiná možnost než ve snaze ochránit svůj tržní podíl odvetný mechanismus aplikovat.
3375 Dle ČTÚ přitom nelze použití odvetného mechanismu vnímat jako sebepoškozující se jednání,
3376 ke kterému operátor přistupuje primárně s cílem potrestat subjekt odchylující se od tacitní
3377 koluze, ale jako nástroj sloužící za daných podmínek k naplnění vlastního cíle podnikání,
3378 kterým je stále maximalizace zisku. Použití tohoto nástroje tak podléhá stejné ekonomické
3379 úvaze o poměru nákladů a výnosů, jako jakékoliv jiné obchodní rozhodnutí. Jinými slovy jeho
3380 použití nemůže být učiněno bez znalosti a posouzení dopadů výše změny konkurenčního
3381 prostředí, ke které na trhu došlo. Dále dle ČTÚ není důvodné očekávat, že s použitím
3382 odvetného mechanismu je automaticky spojen návrat stavu věcí do výchozího bodu před
3383 odchýlením se od tacitní koluze. Paradoxně by takový odvetný mechanismus postrádal svůj
3384 odstrašující účinek, pokud by v důsledku jeho použití došlo k obnovení původního stavu věcí,
3385 včetně původní cenové hladiny a výše zisku. Je to naopak vědomí trvalé a pro všechny
3386 účastníky koluze bolestivé změny (plynoucí z nižší cenové hladiny a nižší míry zisku po aplikaci
3387 odvetného nástroje), která má skutečný potenciál odradit účastníky koluze od změny společné
3388 strategie.

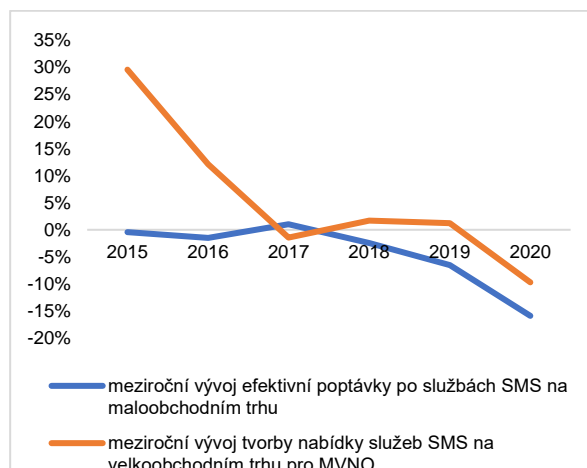
3389 Analýza maloobchodního trhu mobilních služeb prokázala, že dominantní váhu nabídky
 3390 produktů mobilních operátorů tvoří služby internetu v mobilu, které v kombinaci s hlasovými
 3391 službami a službami SMS tvoří až 95 % dosahované přidané hodnoty měřené podílem tržeb
 3392 za internet v mobilu a agregovaných služeb za všechny činnosti v rámci mobilních služeb.
 3393 Analýza velkoobchodního trhu mobilních služeb umožňuje konstatovat, že relevantní nabídka
 3394 na velkoobchodním trhu je tvořena nabídkou síťových operátorů, kteří nemají žádnou tržní
 3395 motivaci ji tvořit.

3396 Nabídka síťových operátorů na velkoobchodním trhu je tedy závislá na objemu
 3397 hlasových služeb, služeb SMS a datových služeb, které síťoví operátoři nejsou schopni umístit
 3398 přes své prodejní kanály na maloobchodním trhu s požadovanou přidanou hodnotou. Tato
 3399 charakteristika tvorby velkoobchodní nabídky platí minimálně od roku 2014, přičemž
 3400 nedochází ani k její částečné modifikaci v čase.

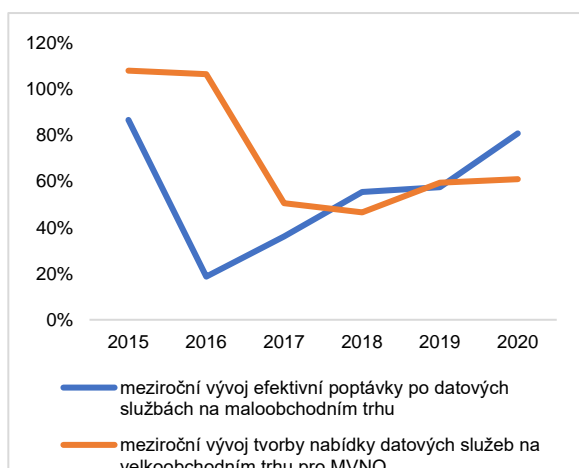
3401 Pokud jde o hlubší vyhodnocení společné motivace, prvním faktorem společné tržní
 3402 motivace tvorby nabídky na velkoobchodním trhu je existence poptávky, která se odvíjí od
 3403 poptávky na maloobchodním trhu. Poptávka na maloobchodním trhu je tvořena koncovými
 3404 zákazníky, tedy domácnostmi a firemními zákazníky.



Graf 104: Vývoj objemu hlasových služeb
 Zdroj: ČTÚ, 2022



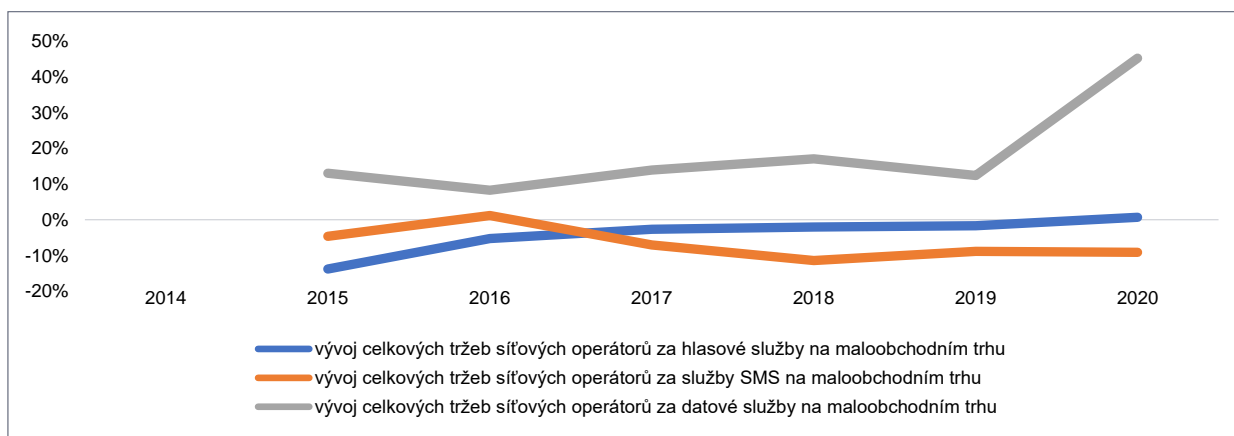
Graf 105: Vývoj objemu služeb SMS
 Zdroj: ČTÚ, 2022



Graf 106: Vývoj objemu datových služeb
 Zdroj: ČTÚ, 2022

3405 Poptávka roste u hlasových služeb a datových služeb a klesá u služeb SMS. Zatímco
 3406 velkoobchodní nabídka reflektuje vývoj poptávky na maloobchodním trhu v oblasti hlasových

3407 služeb a služeb SMS, v oblasti datových služeb dochází k prohlubování nedostatečného
3408 objemu dat na nabídkové straně velkoobchodního trhu vzhledem k objemu poptávky na
3409 maloobchodním trhu. Při zkoumání příčin tohoto jevu bylo aplikováno zaměření na srovnání
3410 maloobchodních tržeb síťových operátorů za jednotlivé typy mobilních služeb s cílem
3411 identifikovat možné tržní motivace tvůrců nabídky na velkoobchodním trhu.



3412 Graf 107: Porovnání vývoje celkových tržeb za jednotlivé typy mobilních služeb
3413 Zdroj: ČTÚ, 2022
3414

3415 Z výše uvedeného přezkoumání a analýzy relevantního maloobchodního
3416 a velkoobchodního trhu jednoznačně vyplývá, že síťoví operátoři tvoří velkoobchodní nabídku
3417 v těch typech služeb, které stagnují v tvorbě přidané hodnoty, klesá jejich poptávka a klesající
3418 objem využívání těchto služeb neumožňuje udržovat dlouhodobě dosahovanou výši úspor
3419 z rozsahu. Naopak, růst objemu nabídky na velkoobchodním trhu ze strany síťových operátorů
3420 klesá v oblasti datových služeb, které zaznamenávají průměrný meziroční nárůst tržeb na
3421 úrovni cca 60 %.

3422 Z pohledu udržitelnosti tacitní koluze MNO na trhu je i zde nutné vzít v potaz časové
3423 vymezení této analýzy a navrhovaných opatření. Z výhledového hlediska této analýzy,
3424 s ohledem na časové vymezení do 31. 12. 2024, má ČTÚ dále za to, že do tohoto období
3425 s velkou pravděpodobností nedojde k uplatnění závazku společnosti O2 z poslední aukce
3426 kmitočtů v roce 2020 ve formě povinnosti poskytnout národní roaming 3 oprávněným
3427 zájemcům o tento přístup. V tomto ohraničeném období, tak společnost O2 nebude daný
3428 závazek bránit v motivaci a možnostech udržovat s ostatními dvěma MNO společnou strategii
3429 na zkoumaném trhu. Případné efekty dotčené aukce tak nelze s ohledem na výše uvedené
3430 považovat za faktor, který by měl na udržitelnost tacitní koluze vliv. Ve vymezeném období tak
3431 nebude chování společnosti O2 a udržitelnost tacitní koluze ovlivněna ani nástroji ČTÚ které
3432 má pro vymáhání daného závazku.

Závěr ze zkoumání druhého kritéria hodnocení společné významné tržní síly

Zkoumání naplnění podstaty „udržitelnosti“ předpokládá, že situace tacitní koluze trvá určitý čas, což znamená, že účastníci tacitní koluze mají motivaci, aby se neodchýlili od společné politiky na trhu. Rovněž musí existovat přiměřené odrazující prostředky, které zajistí, že bude přetrvávat motivace neodchýlit se od společné politiky.

Oba tyto aspekty jsou propojeny, přičemž lze mít za prokázanou tržní motivaci síťových operátorů, aby uplatňovali společnou politiku na trhu. Podstatou této

společné politiky je nevytvářet relevantní objem nabídky a nekonkurovat si navzájem na velkoobchodním trhu. Jelikož síťoví operátoři mají i na maloobchodním trhu postavení, které jim umožňuje efektivně umisťovat mobilní služby přes své maloobchodní prodejní kanály, rozhodnutí o způsobu prodeje mobilních služeb závisí primárně na dosahované přidané hodnotě. Bylo prokázáno, že síťoví operátoři tvoří velkoobchodní nabídku reflektující poptávku na maloobchodním trhu v hlasových službách a v službách SMS, tedy pouze v těch typech služeb, které stagnují v tvorbě přidané hodnoty, a u kterých klesá nebo stagnuje objem poptávky na maloobchodním trhu. Naopak, nabídka na velkoobchodním trhu ze strany síťových operátorů klesá a zároveň se zvyšuje její cena v porovnání s maloobchodní cenou v oblasti datových služeb, které zaznamenávají průměrný meziroční nárůst tržeb na maloobchodním trhu o zhruba 60 %.

Existence odvetných mechanismů byla dále v prostředí mobilních služeb prokázána skutečnou konvergencí cenových politik v letech 2013, 2017 a 2019, kdy odchýlení se od politiky tacitní koluze jedním z účastníků (ve formě skokového snížení cen či změny struktury tarifů) nevedlo k podstatnému navýšení tržního podílu. V prostředí velkoobchodních služeb dokládá tacitní koluzi mimo jiné i jednání účastníků popsané v kapitole „Nedostatek soutěže a jednostranné stanovování podmínek velkoobchodních smluv ze strany MNO“.

ČTÚ zároveň neshledal možnost překážek pro udržitelnost tacitní koluze tří MNO pramenící z existence závazku národního roamingu společnosti O2 z aukce kmitočtů v roce 2020, a to primárně s ohledem na vymezené časové období této analýzy.

Druhé kritérium považuje ČTÚ za prokázané.

3433 5.3 Kritérium hospodářského testu – vnější faktory

3434 V rámci tohoto kritéria bylo hodnoceno, zda osoby stojící mimo společnou strategii
3435 zainteresovaných subjektů mohou ohrozit její výsledky.

3436 **Překážky vstupu na trh**

3437 V obecné rovině lze konstatovat, že v oblasti elektronických komunikací jsou překážky
3438 vstupu zpravidla vysoké, v případě trhu mobilních služeb zejména z důvodu omezenosti
3439 rádiových kmitočtů a také z důvodu vysokých vstupních investic a utopených nákladů.

3440 V podmínkách České republiky platí, jak bylo mj. konstatováno v rámci prvního kritéria
3441 3K testu, že kontrola infrastruktury je vzhledem k omezeným přírodním zdrojům (frekvence)
3442 pro nově vstupující síťové operátory významnou a trvalou překážkou vstupu na trh mobilních
3443 služeb.

3444 Je tedy zřejmé, že síla této překážky byla dosud pro potenciální nové síťové operátory
3445 značně vysoká, a z tohoto důvodu je naopak hrozba pro stávající zainteresované subjekty
3446 potenciální tacitní koluze, které v současné době disponují zhruba stejným podílem rádiových
3447 kmitočtů v současné době používaných a vhodných pro poskytování mobilních služeb,
3448 poměrně malá.

3449 Přestože v roce 2020 proběhla 5G aukce radiových kmitočtů a nové subjekty získaly
3450 přiděly kapacitních rádiových kmitočtů, obdobně jako v roce 2017, kdy získaly nové dva
3451 subjekty přiděly v podobných pásmech, lze předjímat, jak je ostatně vymezeno v rámci
3452 časového vymezení relevantního trhu, že případný efekt těchto subjektů se projeví teprve
3453 v horizontu překračující časový horizont této analýzy. Jak již bylo uvedeno výše, možný efekt
3454 závazků vyplývajících z dané aukce 5G kmitočtů vč. závazku společnosti O2 poskytnout
3455 národní roaming třem oprávněným zájemcům (společnosti Nordic Telecom, Centronet/Nej.cz,
3456 PODA) nebude mít ve vymezeném období této analýzy vliv.

3457 V rámci daného kritéria a též v návaznosti na závěry provedeného testu tří kritérií, který
3458 předcházel této analýze lze uzavřít, že na vymezeném trhu existují značné, a nikoliv dočasné
3459 překážky vstupu na trh, které brání rozvoji konkurence.

3460 **Tržní síla na straně poptávky**

3461 V tomto kritériu se posuzuje, zda mají kupující takovou kompenzační sílu, která by
3462 mohla ovlivnit nabídku natolik, že by svým vlivem docílili stanovení poptávkově určené ceny,
3463 neboť tato cena je zpravidla nižší než cena nabízená spolupracujícími subjekty (v rámci tacitní
3464 koluze).

3465 Kupujícími na velkoobchodním trhu jsou MVNO, prodávajícími MNO s výjimkou
3466 nepatrného podílu MVNE. Jak vyplývá z analýzy výše (např. závěry týkající se
3467 nereplikovatelnosti nabídek MNO či míře konkurence na velkoobchodním trhu) lze
3468 konstatovat, že kompenzační síla na straně MVNO je velmi nízká, resp. nulová, a MVNO jsou
3469 plně závislí na nabídkách MNO.

3470 To dokládají také informace z trhu. MNO neusilují o získání MVNO jako zákazníků na
3471 velkoobchodním trhu na základě konkurenčních nabídek. MVNO musí ve většině případů
3472 spoléhat pouze na nabídku jednoho MNO, vůči kterému nemají žádnou vyjednávací pozici
3473 a musí proto akceptovat jakékoli podmínky, které tento MNO požaduje. Smlouvy mezi MNO a
3474 MVNO tak obsahují pro MVNO nevýhodná ujednání vynucená ze strany MNO, která by běžný
3475 obchodní partner ve vyrovnaném komerčním jednání na efektivně konkurenčním
3476 velkoobchodním trhu nepřijal.

3477 Například v červenci 2021 společnost T-Mobile ukončila velkoobchodní smlouvu s 12
3478 MVNO bez udání důvodu, a to na základě krátkých výpovědních lhůt, které MVNO
3479 neumožňovaly zajistit si náhradní velkoobchodní plnění od jiných MNO. Teprve po intervenci
3480 ČTÚ společnost T-Mobile výpovědní lhůty prodloužila a téměř po půl roce završila proces
3481 uzavírání nových smluv. Blíže k tomuto odkazujeme na kapitulu „**Nedostatek soutěže a**
3482 **jednostranné stanovování podmínek velkoobchodních smluv ze strany MNO**“.

3483 To potvrzuje také stav na souvisejícím maloobchodním trhu. Jak již bylo popsáno
3484 v souvislosti se zákaznickou segmentací u vymezení relevantního maloobchodního trhu, je
3485 v podmínkách České republiky na trhu mobilních služeb z hlediska kompenzační síly
3486 diametrálně odlišná situace u firemních zákazníků a u domácností (tj. spotřebitelů)
3487 v neprospěch domácností. Toto odlišné postavení se pak promítá do rozdílných cen, kdy
3488 domácnosti platí oproti firemním zákazníkům výrazně vyšší ceny. V posledních letech se
3489 spotřebitelé pokusili zvýšit svou vyjednávací sílu, a prostřednictvím různých spotřebitelských
3490 organizací či municipalit se několikrát spojili do větších celků, objemově ekvivalentních k
3491 velkým firemním zákazníkům. Jejich cílem bylo získat obdobné nabídky jako velcí firemní

3492 zákazníci. Tyto snahy však doposud nenalezly odezvu u mobilních operátorů, zejména
3493 síťových.

3494 Ačkoliv je část spotřebitelů schopna si individuálně vyjednávat výhodnější cenové
3495 podmínky oproti ceníkovým sazbám, setrvávají spotřebitelé vůči operátorům ve slabší pozici
3496 a nejsou tak schopni dosáhnout poptávkově určené ceny, jako je tomu u velkých firemních
3497 zákazníků.

3498 Na základě hodnocení uvedeného kritéria lze tedy konstatovat, že na vymezeném trhu
3499 na poptávkové straně neexistuje dostatečně silná kompenzační síla, která by byla schopna
3500 zhatit společnou strategii účastníků tacitní koluze. Jak dokazuje i znatelně vyšší cenová
3501 hladina služeb rezidentních zákazníků vůči firemním zákazníkům nebo vyšší cenová hladina
3502 v ČR i u mezinárodních cenových srovnání.

3503 **Potenciální konkurence**

3504 Na maloobchodním trhu současné postavení konkurentů síťových operátorů, tedy
3505 virtuálních operátorů, na trhu mobilních služeb není – z důvodu jejich velkoobchodní závislosti
3506 na MNO, coby vertikálně integrovaných operátorech – takové, aby mohlo ohrozit udržitelnost
3507 potenciální tacitní koluze zainteresovaných subjektů (MNO). V tomto ohledu není
3508 pravděpodobné, že by se některý virtuální operátor mohl ve vymezeném časovém období stát
3509 významným konkurentem současných MNO.

3510 V současné době, a s prospektivním pohledem na období časového vymezení analýzy,
3511 neexistuje další reálná potenciální konkurence – ať už v podobě nového plnohodnotného
3512 síťového operátora či poskytovatele(ů) OTT (over-the-top) služeb, která by mohla narušit
3513 potenciální existenci tacitní koluze.

3514 Při zkoumání existence potenciální konkurence se ČTÚ zaměřil i na možné využití
3515 povinnosti přístupu pro všechny verze (typy) MVNO, a souvisejících referenčních nabídek pro
3516 přístup k síti na základě podmínek aukce kmitočtů v roce 2020 (pásmo 700 MHz). Uvedená
3517 povinnost se vztahuje na všechny tři MNO, neboť v dané aukci všichni tři získali přiděl kmitočtů
3518 v daném pásmu. V tomto ohledu je možné konstatovat, že dle podmínek aukce uvedená
3519 referenční nabídka pro přístup pro MVNO se bude vztahovat pouze na přístup ke službám
3520 v pásmu 700 MHz, a bude se tedy vztahovat jen na poskytování datových služeb, a to
3521 s omezenou kapacitou (10 MHz kanál v daném pásmu). Ve vztahu k vymezení zkoumaného
3522 trhu, kdy jsou jeho součástí balíčky služeb zahrnující jak datovou službu, tak i službu volání a
3523 SMS, nelze ani při výhledu do budoucna očekávat možný vliv této referenční nabídky na
3524 konkurenční situaci na mobilním trhu, mj. z důvodu, že v době platnosti uvažovaných
3525 nápravných opatření a výhledu této analýzy nelze očekávat dramatické rozšíření hlasových
3526 služeb na bázi technologií 5G (analogie VoLTE). Samostatné datové služby je možné dle
3527 vymezení trhu považovat spíše za doplněk k mobilním službám umožňujícím jak hlasové, tak
3528 SMS služby.

3529 Ačkoliv např. uveřejněná velkoobchodní referenční nabídka společnosti T-Mobile pro
3530 přístup k pásmu 700 MHz ve svých podmínkách zmiňuje možnost spojení s jinými
3531 velkoobchodními službami (např. na základě komerční dohody zahrnující přístup k hlasovým
3532 a SMS službám), nelze s ohledem na dosavadní zkušenosti a vývoj trhu v ČR mít z pohledu
3533 ČTÚ za pravděpodobné, že k uvedenému umožnění kombinace velkoobchodních smluv
3534 skutečně dojde a zda budou podmínky obou smluv (vč. té komerční) umožňovat dotčeným
3535 zájemcům o přístup či současným MVNO působit efektivně na podřazeném maloobchodním

3536 trhu a tím přispět k rozvoji konkurence. Tuto možnost nelze samozřejmě zcela vyloučit, avšak
3537 ČTÚ na základě svých minulých zkušeností s ohledem na podmínky komerčních dohod a
3538 zkušeností s jednáním MNO, jakož i s ohledem na současný stav konkurence na
3539 analyzovaném velkoobchodním trhu nepovažuje tuto variantu za pravděpodobný výsledek.
3540 V současnosti totiž neexistuje, a ani nikdy historicky neexistovala, smlouva mezi MNO a
3541 MVNO, která by kombinovala regulovaný přístup k datům na základě závazků z aukce a
3542 neregulovaný přístup k dalším službám elektronických komunikací. A dle ČTÚ není dán žádný
3543 důvod se domnívat, že taková možnost v budoucnu nastane, ačkoliv ji T-Mobile v jedné své
3544 referenční nabídce výslovně nevylučuje. Co ale referenční nabídka společnosti T-Mobile pro
3545 MVNO typu „Light MVNO“ v článku 3, bod 3.5 omezuje je vstup MVNO na velkoobchodní trh:
3546 „Společnost OLO není bez předchozího písemného souhlasu TMCZ oprávněna nabízet
3547 a/nebo poskytovat služby společnosti OLO svým jménem a na svůj účet, popř. prostřednictvím
3548 třetí osoby, velkoobchodním partnerům (tzn. jiným poskytovatelům služeb elektronických
3549 komunikací).“⁹⁴, což omezuje tyto menší společnosti ve vstupu na velkoobchodní trh.

3550 ČTÚ provedl teoretickou analýzu replikovatelnosti na základě obou zveřejněných
3551 referenčních nabídek mobilních datových služeb společnosti T-Mobile⁹⁵. Dle názoru ČTÚ není
3552 replikovatelnost realistická, protože nejsou zřejmé podmínky kombinace více velkoobchodních
3553 smluv pro umožnění využití plnohodnotných mobilních služeb (kromě dat také hlas a SMS) na
3554 jedné SIM. I za fiktivního předpokladu, že bude kombinace více velkoobchodních smluv možná
3555 (což ČTÚ nepředpokládá) a nedojde ke zvýšení fixních nákladů pro MVNO z důvodu
3556 kombinace těchto smluv, tak:

- 3557 1. v případě referenční nabídky pro „Light MVNO“ (tj. pro drtivou většinu majetkově
3558 nepropojených MVNO) je v kombinaci s jinými velkoobchodními smlouvami⁹⁶
3559 nereplikovatelných 100 % tarifů, tzn. ze strany MVNO nelze replikovat 100 %
3560 produktů MNO; a
- 3561 2. v případě referenční nabídky pro „full MVNO“ je v kombinaci s jinými smlouvami
3562 nereplikovatelných 73 % tarifů.

3563 K výše uvedenému teoretickému propočtu ČTÚ uvádí, že replikovatelnost pouze
3564 datových produktů (bez možností využití hlasu a SMS) není vyloučena, v této analýze ji ale,
3565 vzhledem k definici fokálního produktu, který hlas i SMS zahrnuje, a tedy irelevance,
3566 nezkoumal.

3567 K potenciální konkurenci z řad držitelů přidělů v pásmu 3400–3800 MHz ČTÚ uvádí,
3568 že s ohledem na dostupné informace z trhu, a i na základě zkušeností ze zahraničí s procesem
3569 a efektem zavedení národního roamingu pro nového operátora je možno zkonstatovat, že
3570 uvedený vstup se s největší pravděpodobností neuskuteční v rámci časového vymezení této
3571 analýzy, tj. do 31. 12. 2024. V tomto ohledu, tak ani při uvažování existence závazků z aukce
3572 5G kmitočtů v roce 2020 nelze v daném období shledat existenci potenciální konkurence pro
3573 současné tři MNO.

⁹⁴ Zdroj: https://www.t-mobile.cz/dcpublish/RAO_LMVNO.pdf

⁹⁵ Zdroj: https://www.t-mobile.cz/dcpublish/RAO_LMVNO.pdf a https://www.t-mobile.cz/dcpublish/RAO_4G_5G_01092021.pdf

⁹⁶ Na základě aplikace průměrné tržní ceny za 1 min a 1 SMS.

Závěr ze zkoumání třetího kritéria hodnocení existence společné významné tržní síly

Na základě výše hodnocených dílčích kritérií pro hodnocení schopnosti mimostojících subjektů narušit uvažovanou společnou strategii v rámci tacitní koluze bylo shledáno, že existují významné překážky pro vstup dalšího síťového operátora na trh, a současně, že ani strana poptávky a ani (současná či potenciální) konkurence možných účastníků tacitní koluze nemají takovou sílu, aby narušili případnou tacitní koluzi. ČTÚ neshledal v uvedeném časovém vymezení za pravděpodobnou ani jinou existenci potenciální konkurence, kterou by bylo možno považovat ve vztahu k současným 3 MNO za relevantní. Toto kritérium tak lze tedy považovat za splněné.

3574 **Závěr ke společné SMP:**

3575 Vyhodnocení jednotlivých dílčích kritérií, jmenovitě způsoblost trhu k tacitní koluzi,
3576 možnost monitorování odklonu od podmínek společné strategie, účinné odvetné mechanismy
3577 a reakce subjektů stojících mimo společnou strategii, indikuje existenci společné významné
3578 tržní síly mobilních síťových operátorů T-Mobile Czech Republic a.s., O2 Czech Republic a.s.
3579 a Vodafone Czech Republic a.s.

3580 **6. Navrhovaná nápravná opatření**

3581 **6.1.1 Regulační opatření**

3582 Relevantní trh, který je předmětem této analýzy, je stanoven a vymezen nově a žádná
3583 existující ex ante nápravná opatření na něm neexistují. Z povahy věci proto nelze hodnotit
3584 existující ex ante nápravná opatření.

3585 Je nutné vzít v potaz závazky dobrovolně převzaté držiteli rádiových kmitočtů v rámci
3586 4G a 5G aukcí. Ačkoliv se jedná o závazky, které jsou převzaty držiteli rádiových kmitočtů
3587 v rámci zcela odlišného regulačního mechanismu (podmínky aukcí) než je ex ante regulace,
3588 z pohledu zkoumání trhu lze uvést, že se částečně vztahují k velkoobchodnímu přístupu
3589 k mobilním službám a nelze je bez dalšího v rámci nastavení nápravných opatření na tomto
3590 trhu ignorovat.

3591 V rámci 4G a 5G aukcí byl držiteli rádiových kmitočtů převzat závazek velkoobchodní
3592 nabídky 4G a 5G datových služeb, včetně závazku uveřejnit referenční nabídku pro Full MVNO
3593 a Light MVNO (u 5G datových služeb), za ceny určené na základě metodiky stlačování marží.
3594 Na základě tohoto závazku mohou virtuální operátoři od držitelů spektra (jedná se o síťové
3595 operátory MNO) získat přístup k datovým službám fungující na dané technologii (tj. 4G, resp.
3596 5G) a na daných rádiových frekvencích dražených v předemných aukcích, nikoliv však ke
3597 všem datovým službám na technologiích či využívající rádiové kmitočty, které nebyly
3598 předmětem uvedených aukcí, a k nimž se závazky tedy nevážou. Závazky velkoobchodní
3599 nabídky z aukcí zakládají nárok na přístup k datovým službám, nikoliv však
3600 ke všem velkoobchodním vstupům, které by umožňovaly virtuálním operátorům poskytovat na
3601 maloobchodním trhu mobilní služby zahrnující jak datové služby, tak služby hlasu a SMS.
3602 Závazek velkoobchodních nabídek k 4G i 5G datovým službám je časově omezen do 24. 2.
3603 2026. V rámci 5G aukce byl společností O2 převzat závazek národního roamingu, který
3604 zahrnuje také přístup k velkoobchodním vstupům datových služeb, hlasových služeb i služeb

3605 SMS, avšak oprávněnými zájemci nejsou MVNO, ale pouze operátoři, kteří v rámci posledních
3606 pár let získali přístup ke kapacitním rádiovým frekvencím, na nichž mají povinnost budovat dle
3607 stanovených rozvojových kritérií vlastní mobilní síť. Pro účely uložení nápravných opatření na
3608 tomto relevantním trhu nelze závazek národního roamingu, na rozdíl od závazku
3609 velkoobchodní nabídky, považovat za relevantní. To platí zejména v situaci, kdy tato analýza
3610 směřuje k opatřením právě do doby očekávaného projevení se závazku národního roamingu
3611 na trhu.

3612 Dopad závazků převzatých v aukcích, zejména v 5G aukci z roku 2020, bude navíc
3613 časově zpožděn a lze očekávat, že se neprojeví v časovém horizontu této analýzy, jak je blíže
3614 popsáno v kapitole 2.1.6 analýzy i v části C této analýzy.

3615 **6.1.2 Tržní selhání**

3616 Na základě provedené analýzy trhu byly identifikovány tržní problémy, v jejichž
3617 kontextu je nutné stanovit přiměřená nápravná opatření. Tržní problémy jsou popsány napříč
3618 touto analýzou (viz např. část D kapitoly 2.2, 2.3, 2.4 a dále vyhodnocení jednotlivých kritérií
3619 3K testu v kapitolách 3.1, 3.2 a 3.3) a dále shrnuty níže v této kapitole.

3620 ČTÚ dále identifikoval riziko ukončení velkoobchodních smluv ze strany síťových
3621 operátorů, když v současné době není k dispozici žádná alternativa v podobě regulačních
3622 opatření. V případě realizace rizika by došlo k efektivní likvidaci velkoobchodního trhu v České
3623 republice a zánik MVNO, jejichž existence je obecně považována za určitý potenciál pro rozvoj
3624 soutěžního prostředí a snižování cen pro koncové uživatele na maloobchodním trhu. ČTÚ toto
3625 riziko vyhodnotil jako reálné, jelikož k masivnímu ukončování smluv ze strany jednoho ze
3626 síťových operátorů již v roce 2021 došlo. Tato situace vyvolala na českém trhu obavu z takové
3627 reálné hrozby ukončení stávajících smluvních vztahů u mnoha MVNO. K masivnějšímu
3628 ukončování smluv pak nedošlo mj. z důvodu zásahu ze strany ČTÚ. Vzhledem k čerstvým
3629 zkušenostem ČTÚ vnímá tuto hrozbu velmi vážně a konstatuje, že není dána žádná záruka,
3630 že k podobné aktivitě ze strany síťových operátorů nedojde znovu.

3631 V případě ukončení komerčních velkoobchodních smluv by měla na trhu potenciálně
3632 existovat pro MVNO regulovaná velkoobchodní nabídka z 5G aukce, avšak tato nabídka
3633 zahrnuje výlučně data. Zcela tak chybí velkoobchodní regulovaný přístup k vstupům pro
3634 vytvoření balíčků služeb zahrnujících data, hlas a SMS, které jsou předpokladem působení na
3635 maloobchodním trhu. Protože tuto nabídku mají síťoví operátoři povinnost poskytnout teprve
3636 ve chvíli, kdy sami začnou s využitím frekvencí z pásma 700 MHz poskytovat služby, nelze
3637 tuto alternativu považovat za dostatečnou k zabránění zániku MVNO i s ohledem na časové
3638 vymezení analýzy, když v čase provedení této analýzy zveřejnily referenční nabídku pouze
3639 společnosti T-Mobile a O2. A pouze společnost T-Mobile uvádí možnou kombinaci regulované
3640 referenční nabídky s komerční nabídkou pro hlasové a SMS služby. MVNO by tedy neměli
3641 možnost získat přístup k odpovídajícím velkoobchodním službám tak, aby mohli nadále
3642 působit na maloobchodním trhu.

3643 Jako další reálné riziko ČTÚ identifikoval hrozbu vytlačení MVNO z maloobchodního
3644 trhu z důvodu nepřiměřeně vysokých velkoobchodních cen, které by neumožnili MVNO
3645 replikovat nabídky síťových operátorů. Z analýzy ČTÚ vyplývá, že na trhu dochází ze strany
3646 síťových operátorů ke stlačování marží MVNO, resp. k úplnému zrušení marží. Tyto nepříznivé
3647 cenové podmínky jsou dále podpořeny nepřiměřenými smluvními podmínkami, které síťový
3648 operátoři vůči MVNO uplatňují. Jedná se např. o velmi vysoké vstupní poplatky a fixní poplatky,

3649 které MVNO síťovým operátorům uhradili na začátku spolupráce a následně pravidelně hradí.
3650 Vysoké vynaložené investice v okamžiku vstupu na maloobchodní trh, resp. riziko ztráty těchto
3651 investic, mohou být pro MVNO mnohdy důvodem, proč na trhu dále působí i při nepřiměřených
3652 cenových podmínkách, které jim neumožňují realizovat marže na mobilních službách.
3653 Působení za těchto podmínek však není do budoucna dlouhodobě udržitelné a MVNO by se
3654 mohli po určité době z trhu i za cenu ztrát původních investic stáhnout.

3655 Každé z těchto rizik by i samostatně mohlo vést k úplnému zániku velkoobchodního
3656 trhu, což by se mohlo pravděpodobně negativně projevit následně i na maloobchodním trhu.

3657 Situace na velkoobchodním trhu se projevuje na maloobchodním trhu nejvyššími
3658 cenami mobilních služeb v EU.

3659 Ačkoliv se ceny dat, volání a SMS v EU již nejméně 15 let trvale snižují, v ČR je tento
3660 pokles nejpomalejší z celé EU. ČTÚ má za to, že to je přímo způsobeno neexistencí
3661 efektivního velkoobchodního trhu.

3662 Pokud ČTÚ neuloží opatření, která by poskytla MVNO záchrannou síť do doby, než
3663 se projeví pozitivní dopady závazků z aukcí, např. na základě sjednání národního roamingu
3664 v síti společnosti O2 pro způsobilé uchazeče (nebo dosáhnutí a implementace dohody o
3665 komerčním národním roamingu), existuje vysoké riziko, že dojde k nevratným změnám na
3666 velkoobchodním trhu. To se projeví i na maloobchodním trhu dalším skokovým zhoršením
3667 situace koncových uživatelů, zejména spotřebitelů. Za určitých podmínek by pak mohlo dojít
3668 dokonce ke zvyšování cen v segmentu, kde v celé EU ceny trvale klesají.

3669 **6.1.3 Návrh povinností za účelem nápravy**

3670 Navrhuje se uložit podnikům s významnou tržní silou povinnosti podle § 51 odst. 6
3671 písm. a), b), c), d) a f) Zákona:

3672 a) průhlednosti podle § 82 Zákona, uveřejnit informace týkající se přístupu v rozsahu
3673 vymezeném v písmenu d);

3674 b) nediskriminace podle § 81 Zákona,

3675 1. uplatňovat rovnocenné podmínky za rovnocenných okolností pro ostatní podnikatele,

3676 2. poskytovat ostatním podnikatelům služby a informace za stejných podmínek a ve
3677 stejné kvalitě, v jaké je poskytuje pro služby vlastní;

3678 c) oddělené evidence nákladů a výnosů podle § 86 Zákona tak, aby:

3679 1. při určování cen na maloobchodní i velkoobchodní úrovni bylo prokazatelné, že
3680 nedochází k neodůvodněnému křížovému financování,

3681 2. byly k dispozici podklady pro ověření nákladů a výnosů za jednotlivé služby.

3682 d) přístupu k specifickým síťovým prvkům a přiřazeným prostředkům a jejich využívání dle
3683 § 84 Zákona, a to konkrétně povinnost vyhovět přiměřeným požadavkům všech
3684 podnikatelů, kteří jsou oprávněni žádat o přístup v souladu se Zákonem, na přístup
3685 k velkoobchodním službám elektronických komunikací, jak byly vymezeny v rámci
3686 produktového vymezení relevantního trhu, tedy služeb zahrnující datové služby, hlasové
3687 služby a služby SMS,

3688 e) související s regulací cen podle § 56 a 57 Zákona, a to tak, že velkoobchodní ceny za
3689 služby budou stanoveny na základě principu zákazu stlačování marží.

3690 **6.1.4 Odůvodnění návrhu nápravných opatření**

3691 S ohledem na zkoumání v rámci analýzy lze konstatovat, že na relevantním trhu byla
3692 prokázána existence podniků se společnou významnou tržní silou.

3693 V rámci provedené analýzy dále bylo prokázáno, že postavení, které mají podniky
3694 s významnou tržní silou, jim umožňuje chovat se nezávisle na ostatních účastnících na trhu.
3695 To by mohlo mít za následek negativní vliv i na stanovení nepřiměřeně vysokých cen na
3696 souvisejícím maloobchodním trhu a s tím spojený i negativní dopad na koncové uživatele.

3697 V souladu se závěry analýzy by bylo vhodné uložit všem podnikům se společnou
3698 významnou tržní silou povinnost průhlednosti, povinnost nediskriminace, povinnost přístupu
3699 a povinnosti související s regulací cen.

3700 V souladu se zásadou proporcionality ČTÚ zvolil nejméně rušivý způsob řešení výše
3701 uvedených tržních problémů určených v rámci analýzy trhu. Při vyhodnocení níže uvedených
3702 nápravných opatření ČTÚ posoudil, zda by k řešení zjištěného problému v zájmu koncových
3703 uživatelů nebyly postačující jiné formy nápravných opatření, jakož i posoudil vhodnost,
3704 přiměřenost a objektivnost níže uvedených opatření.

3705 Navržené opatření povinnosti přístupu adresuje riziko jednostranného ukončení
3706 velkoobchodních smluv ze strany síťových operátorů. Existence navrhovaného opatření by
3707 mělo zabránit jednostrannému ukončení velkoobchodních smluv ze strany MNO, když právě
3708 zavedení „záchranné sítě“ pro MVNO limituje potenciální agresivní kroky k ukončování smluv
3709 ze strany síťových operátorů.

3710 Navržené opatření také adresuje riziko vytlačování MVNO z trhu z důvodu
3711 nepřiměřených cenových a smluvních podmínek tím, že pro MVNO garantuje přístup za
3712 přiměřených cenových podmínek na základě zákazu stlačování marží.

3713 Bez stanovení cenové regulace dle předloženého návrhu by nápravná opatření
3714 nemohla vést k nápravě, jelikož se jedná právě o nepřiměřeně vysoké velkoobchodní ceny,
3715 které znemožňují MVNO replikovat maloobchodní nabídky MNO. ČTÚ dospěl k závěru, že
3716 nápravná opatření podle § 51 odst. 6 písm. a), b), c) a d) Zákona by nevedla k nápravě
3717 identifikovaného problému spočívajícího v nemožnosti získat relevantní velkoobchodní vstupy,
3718 s jejichž pomocí by byli MVNO schopni replikovat nabídky MNO na maloobchodním trhu, proto
3719 navrhuje regulaci cen. Úřad má za to, že správně nastavené velkoobchodní ceny umožní
3720 MVNO vytvořit maloobchodní nabídky tak, aby mohli konkurovat MNO a posílit rozvoj
3721 konkurence na maloobchodním trhu. S ohledem na použitou metodiku zákazu stlačování
3722 marží, která vychází z vysokých retailových cen, bude zajištěno, že velkoobchodní cena bude
3723 při nejmenším pokrývat náklady a zajistí návratnost investic.

3724 ČTÚ k regulaci analyzovaného relevantního trhu přistupuje s ohledem na učiněné
3725 závěry za účelem umožnit rozšíření nabídky produktů na podřazeném maloobchodním trhu
3726 pro koncové uživatele a zajištění cen pro koncové uživatele odpovídající úrovni (průměru) EU.

3727

6.1.5 Povinnost průhlednosti

3728 Podnikům s významnou tržní silou bude uložena povinnost průhlednosti ve formě
3729 zveřejňování informací podle náležitostí stanovených dle § 82 odst. 4 Zákona.

3730 Takto uložena povinnost průhlednosti zvýší míru informovanosti jak subjektů, které
3731 chtějí vstoupit na trh, tak i těch, které na trhu již působí. Pozitivně se tím ovlivní možnost
3732 poskytování maloobchodních služeb s využitím velkoobchodních vstupů z tohoto relevantního
3733 trhu.

3734 Podniky s významnou tržní silou, kterým je uložena povinnost přístupu budou rovněž
3735 povinny zveřejňovat referenční nabídku podle § 84 odst. 4 Zákona. Povinné referenční nabídky
3736 by s ohledem na identifikovaný problém v rámci analýzy spočívající v existenci krátkých
3737 výpovědních dob u některých smluvních vztahů (např. 3 měsíce) měly zajistit žadatelům o
3738 přístup dostatečnou a přiměřenou délku výpovědních dob.

3739

6.1.6 Povinnost nediskriminace

3740 Lze předpokládat, že absence regulačního zásahu by vyústila v diskriminaci některých
3741 MVNO ze strany podniků s významnou tržní silou v souvislosti s poskytováním
3742 velkoobchodních služeb, zejména za účelem případných vertikálně integrovaných podniků
3743 poskytujících mobilní služby na maloobchodním trhu. Dále by mohlo docházet k zadržování
3744 a neposkytování informací v dostatečném rozsahu a zvýhodňování vlastního maloobchodního
3745 kanálu MNO pokud jde o velkoobchodní vstupy oproti velkoobchodním vstupům
3746 poskytovaným MVNO, případně zvýhodňování majetkově propojených MVNO oproti
3747 majetkově nezávislým MVNO.

3748 Povinnost nediskriminace by měla být uložena všem podnikům s významnou tržní silou
3749 tak, aby byly uplatňovány rovnocenné podmínky za rovnocenných okolností pro ostatní
3750 podnikatele a těmto ostatním podnikatelům byly poskytovány služby a informace za stejných
3751 podmínek a ve stejné kvalitě, v jaké jsou poskytovány pro služby vlastní.

3752

6.1.7 Povinnost vést oddělenou evidenci nákladů a výnosů

3753 Tato povinnost úzce souvisí s regulací cen a umožní její zajištění. Na jejím základě tak
3754 bude moci být prokázáno, že dochází k plnění povinností a dále budou k dispozici podklady
3755 pro ověření nákladů a výnosů za jednotlivé služby na maloobchodním i velkoobchodním trhu
3756 za hlas, SMS a data. Cílem uložení této povinnosti je zajistit podklady pro ověření, že
3757 nedochází (resp. nebude docházet) k neodůvodněnému křížovému financování u SMP
3758 operátorů působících na relevantním trhu mezi velkoobchodními a maloobchodními službami,
3759 které by mělo potenciálně největší negativní dopad na úroveň konkurenčního prostředí na
3760 souvisejícím maloobchodním trhu.

3761

6.1.8 Povinnost přístupu k velkoobchodním vstupům

3762 Významná tržní síla všech tří síťových operátorů vede k uplatňování nepřiměřeně
3763 vysokých velkoobchodních cen mobilních služeb a diskriminační cenové politice podniků
3764 s významnou tržní silou za účelem zvýhodnění tržního postavení vlastních maloobchodních
3765 služeb, případně maloobchodních služeb poskytovaných vertikálně integrovanými podniky.
3766 Významná tržní síla operátorům umožňuje stanovovat ceny i ostatní podmínky

3767 velkoobchodních vztahů nezávisle na ostatních tržních subjektech, kterými jsou MVNO, jejichž
3768 vyjednávací síla je v současné situaci v podstatě zanedbatelná. Tím dochází k trvalému
3769 zvyšování bariér vstupu na velkoobchodní trh a vytlačování hráčů působících na tomto trhu.
3770 Povinnost umožnění přístupu ke specifickým síťovým prvkům a přiřazeným prostředkům se
3771 ukládá proto, aby se MVNO umožnilo působit na maloobchodním trhu.

3772 Povinnost umožnění přístupu je v souladu s analýzou specifikována pro velkoobchodní
3773 vstupy umožňující tvorbu tarifů, jak jsou definovány v rámci vymezení maloobchodního trhu
3774 výše. Tyto poskytnuté velkoobchodní vstupy může MVNO použít pro následné poskytování
3775 vlastních služeb, které odpovídají tarifům zahrnující data, hlas a SMS.

3776 Povinnost přístupu k veřejné komunikační síti nebo síťovým zařízením provozovaným
3777 podnikatelem s významnou tržní silou bude uložena tak, aby zájemcům o přístup bylo
3778 umožněno poskytování služeb obsahující datové služby, hlasové služby a služby SMS na
3779 maloobchodním trhu za přiměřených podmínek.

3780 Ačkoliv závazky velkoobchodní nabídky z 4G a 5G aukcí se vztahují k přístupu
3781 k datovým službám (přístup k internetu) provozovaným s využitím rádiových kmitočtů
3782 přidělených v rámci předemtných aukcí, bude se povinnost přístupu vztahovat
3783 na velkoobchodní vstupy umožňující virtuálním operátorům přístup ke všem velkoobchodním
3784 vstupům nutným k poskytování služeb na vymezeném maloobchodním trhu. ČTÚ si je vědom
3785 skutečnosti, že se návrh nápravných opatření částečně věcně překrývá se závazky z
3786 uvedených aukcí, avšak omezení povinnosti přístupu pouze na velkoobchodní vstupy
3787 umožňující tvorbu maloobchodních hlasových služeb a služeb SMS nebo naopak jen
3788 k datovým službám nemohou vést k nápravě tržních selhání identifikovaných v této analýze.
3789 Naopak, za účelem nápravy identifikovaných tržních selhání je zapotřebí umožnit virtuálním
3790 operátorům přístup k takovým velkoobchodním službám, které jim umožní replikovat tarify
3791 zahrnující služby hlasu, SMS i dat.

3792 ČTÚ považuje za nezbytné v rámci nápravných opatření zajistit přístup k balíčkovým
3793 službám, které jsou předmětem vymezeného trhu, tedy k balíčkovým velkoobchodním vstupům
3794 obsahující data, SMS a hlasu bez ohledu na technologii či rádiové spektrum, prostřednictvím
3795 kterého se tyto služby poskytují ze strany MNO. Úřad je přesvědčen, že v případě oddělení,
3796 jednotlivých složek balíčků do rozdílných závazků, resp. nápravných opatření dojde k omezení
3797 jejich využitelnosti, a tedy i k jejich neefektivitě a způsobilosti napravit identifikované selhání trhu.
3798 Návrh nápravných opatření není v rozporu se závazky z aukcí, nejedná se ani o duplikaci
3799 stejných opatření; naopak jde o komplementární opatření, bez kterého by hrozilo pokračování
3800 v tržním selhání.

3801 Částečné překrývání závazků u aukcí a nápravného opatření dle této analýzy je
3802 v souladu s principem proporcionality, a to s ohledem na rozdílné okamžiky v čase, kdy se
3803 jednotlivá opatření projeví na relevantním trhu. Konkrétní podmínky velkoobchodního přístupu
3804 k těmto službám budou stanoveny obdobně jako v případě závazků v aukcích, tj. včetně
3805 nastavení cenových podmínek na základě metodiky stlačování marží.

3806 **6.1.9 Regulace cen podle § 56 a 57 Zákona**

3807 Analýza prokázala, že na trhu dochází k uplatňování nepřiměřeně vysokých cen na
3808 velkoobchodním trhu a potažmo v neprospěch koncových uživatelů. Velkoobchodní ceny na

3809 základě tohoto nápravného opatření budou stanoveny metodikou ke stanovování cen na
3810 základě principu zákazu stlačování marží zveřejněnou ČTÚ.

3811 Účelem stanovení cen na základě metodiky dle předchozí věty je, aby odpovídaly
3812 rozsahu infrastruktury provozované podnikem s významnou tržní silou a využívané zájemcem
3813 o přístup pro účely jím poskytovaných služeb a aby nepůsobily jako překážka rozvoje
3814 konkurence a aby zájemcům o přístup, kteří jsou stejně efektivní jako příslušný podnik
3815 s významnou tržní silou, umožňovaly poskytování služeb, které jsou předmětem
3816 velkoobchodní nabídky na podřazeném trhu nebo podřazených trzích za podobných podmínek
3817 jako příslušný podnik s významnou tržní silou.

3818 Pokud by povinnosti související s regulací cen nebyly uloženy všem podnikům
3819 s významnou tržní silou, lze předpokládat, že ze strany některého z těchto (neregulovaných)
3820 podniků bude docházet k uplatňování asymetrických a nepřiměřeně vysokých cen,
3821 neumožňujících replikovatelnost běžně využívaných služeb/tarifů s následným negativním
3822 dopadem na koncového uživatele. Analýza identifikovala již nyní, že velkoobchodní ceny
3823 přesahují ceny maloobchodní a nelze očekávat, že by bez uložení nápravných opatření došlo
3824 k zásadní změně na trhu, která by vedla k podstatnému zvýšení míry hospodářské soutěže
3825 a úpravě podmínek velkoobchodních vztahů tak, aby umožňovaly virtuálním operátorům
3826 ziskově působit na maloobchodním trhu. Naopak lze očekávat další zhoršování stávající
3827 situace s negativním dopadem jak na maloobchodní trh a koncové uživatele, tak případně i na
3828 další relevantní trhy, na kterých MNO zvyšují své tržní podíly díky společné významné tržní
3829 síle na mobilním trhu. Pokud by ČTÚ uložil cenovou regulaci jen některým podnikům, ostatní
3830 (cenově neregulované) subjekty s významnou tržní silou by nemusely být ochotny přistoupit
3831 dobrovolně na regulované ceny, a naopak by mohly účtovat ceny vyšší. Proto ČTÚ navrhuje
3832 uplatnit cenovou regulaci pro všechny podniky s významnou tržní silou na tomto relevantním
3833 trhu vztaženou k definovanému tržnímu problému na maloobchodním trhu. S ohledem na výše
3834 definovaný tržní problém, kdy MVNO nejsou schopni dosahovat dostatečné marže a úspěšně
3835 se rozvíjet na souvisejícím maloobchodním trhu rezidentních zákazníků považuje Úřad za
3836 přiměřenou a vhodnou povinnost zákazu stlačování marží. Právě tato povinnost by měla
3837 odstranit nedostatečnost marže a nemožnost MVNO konkurovat MNO a nedostatečnost
3838 hospodářské soutěže na souvisejícím maloobchodním trhu, na kterém byla shledána
3839 nedostatečná úroveň konkurenčního prostředí a účtování vysokých maloobchodních cen.

3840 ČTÚ dospěl k závěru, že nápravná opatření podle § 51 odst. 6 písm. a), b), c) a d)
3841 Zákona nevedla k nápravě identifikovaného problému spočívajícího v nemožnosti získat
3842 relevantní velkoobchodní vstupy, s jejichž pomocí by byli MVNO schopni replikovat nabídky
3843 MNO na maloobchodním trhu, proto navrhuje regulaci cen. S ohledem na použitou metodiku
3844 zákazu stlačování marží, která vychází z vysokých retailových cen, bude zajištěno, že
3845 velkoobchodní cena bude přinejmenším pokrývat náklady a zajistí návratnost investic.

3846 **Část E – Konzultace s ÚOHS**

3847 Úřad podle § 130 odst. 3 Zákona konzultoval text návrhu *opatření obecné povahy*
3848 *analýzy trhu č. A/3/XX.2022-X, trh č. 3 – velkoobchodní trh přístup k mobilním službám*
3849 *s Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže (dále jen „ÚOHS“).*

3850 **Část F – Vypořádání připomínek z veřejné konzultace**

3851 *ČTÚ provedl ve dnech xxxxx veřejnou konzultaci návrhu opatření obecné povahy*
3852 *analýzy trhu č. A/3/XX.2022-X, trhu č. 3 – velkoobchodní trh přístupu k mobilním službám (dále*
3853 *jen „návrh analýzy“).*

- 3854 **Použité definice a zkratky**
- 3855 **ČTÚ** – Český telekomunikační úřad
- 3856 **EK** – Evropská komise
- 3857 **EU** – Evropská unie
- 3858 **Metodika analýz relevantních trhů** – Metodika analýz relevantních trhů ČTÚ,
3859 zveřejněná na stránkách ČTÚ:
3860 [https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/ctu/metodika-analyz-relevantnich-](https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/ctu/metodika-analyz-relevantnich-trhu/obrazky/metodikaanalyzrelevantnichtrhu.pdf)
3861 [trhu/obrazky/metodikaanalyzrelevantnichtrhu.pdf](https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/ctu/metodika-analyz-relevantnich-trhu/obrazky/metodikaanalyzrelevantnichtrhu.pdf)
- 3862 **MNO** či **stávající operátor** či **mobilní síťový operátor** či **síťový operátor** – mobilní
3863 síťový operátor, držitel přidělu rádiových kmitočtů v pásmu 700, 800 a 900 MHz.
- 3864 **MNO** – mobilní síťoví operátoři
- 3865 **MVNE** – poskytovatel velkoobchodní virtuální mobilní platformy.
- 3866 **MVNO** či **virtuální operátor** či **mobilní virtuální operátor** – subjekt, který není
3867 mobilním síťovým operátorem a působí na vymezením maloobchodním trhu na základě
3868 velkoobchodních vstupů.
- 3869 **MVNO** – virtuální operátoři
- 3870 **Pokyny** – Sdělení Komise – Pokyny k analýze trhu a posouzení významné tržní síly
3871 podle předpisového rámce EU pro sítě a služby elektronických komunikací (2018/C
3872 159/01).
- 3873 **ÚOHS** – Úřad pro ochranu hospodářské soutěže
- 3874 **ZEK** nebo **zákon o elektronických komunikacích** – zákon č. 127/2005 Sb.,
3875 o elektronických komunikacích a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o
3876 elektronických komunikacích), ve znění pozdějších předpisů. Odkazy na konkrétní
3877 ustanovení ZEK se mohou po vydání této analýzy stát neaktuální z důvodu očekávané
3878 novelizace ZEK. V případě, že některé odkazy na konkrétní ustanovení ZEK uvedené
3879 v analýze budou po jejím vydání neaktuální, tyto odkazy je třeba považovat za
3880 odkazující na ustanovení ZEK věcně shodná s ustanoveními dle stávajících odkazů.