



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

1
2
3

NÁVRH

Praha XX. března 2022
Čj. ČTÚ-9 996/2022-611

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

10
11

analýzu trhu č. A/3/XX.2022-X,

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

12
13

Článek 1

Výsledky analýzy relevantního trhu

14 (1) Úřad znovu analyzoval relevantní trh č. 3 – velkoobchodní trh přístupu k mobilním
15 službám (dále jen „relevantní trh“), za účelem uložení dočasných opatření.

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

25
26

Článek 2

Návrh na stanovení podniku s významnou tržní silou

27 Na základě analýzy relevantního trhu Úřad navrhuje stanovit podnikem s významnou
28 tržní silou na tomto trhu společnost T-Mobile Czech Republic a.s., se sídlem Tomíčkova
29 2144/1, Praha 4 – Chodov, IČ 64949681, společnost O2 Czech Republic a.s., se sídlem Za
30 Brumlovkou 266/2, Praha 4 – Michle, IČ 60193336, a společnost Vodafone Czech Republic
31 a.s., se sídlem náměstí Junkových 2808/2, Praha 5 – Stodůlky, IČ 25788001.
32

33
34
35

Článek 3

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

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

38 a) průhlednosti podle § 82 Zákona, uveřejnit informace týkající se přístupu
39 v rozsahu vymezeném v písmenu d);

40 b) nediskriminace podle § 81 Zákona,

41 1. uplatňovat rovnocenné podmínky za rovnocenných okolností pro ostatní
42 podnikatele,

43 2. poskytovat ostatním podnikatelům služby a informace za stejných
44 podmínek a ve stejné kvalitě, v jaké je poskytuje pro služby vlastní;

45 d) přístupu k specifickým síťovým prvkům a přiřazeným prostředkům a jejich
46 využívání dle § 84 Zákona, a to konkrétně povinnost vyhovět přiměřeným požadavkům MVNO
47 na přístup k velkoobchodním službám elektronických komunikací v podobě tarifů, zahrnujících
48 datové služby, hlasové služby i služby SMS, v rozsahu a kvalitě, v jaké jsou tyto velkoobchodní
49 tarify blíže specifikovány v návrhu tohoto dočasného opatření,

50 e) související s regulací cen podle § 56 a 57 Zákona, a to tak, že u regulovaných
51 tarifů podle písmene d) bude stanovena cena na základě principu zákazu stlačování marží
52 v kombinaci se stanovením maximální ceny.

53 Výše uvedené dočasné povinnosti se navrhuje uložit na dobu 18 měsíců ode dne
54 nabytí účinnosti rozhodnutí, kterým tyto dočasné povinnosti budou uloženy, nejdéle do
55 31. prosince 2023.

56 **Článek 4**

57 **Účinnost**

58 Toto opatření obecné povahy nabývá účinnosti [bude doplněno] dnem ode dne
59 jeho uveřejnění v Telekomunikačním věstníku.

Odůvodnění

60

61

Část A

62 Úřad podle § 51 až 53 Zákona provedl analýzu relevantního trhu č. 3 – velkoobchodní
63 trh přístupu k mobilním službám v reakci na rozhodnutí Komise ze dne 17.2.2022, avšak při
64 pozorování přetrvávajících problémů na trhu, včetně výskytu nových okolností. Při provádění
65 analýzy se Úřad věnoval mj. posouzení aplikovatelnosti postupu dle § 131 odst. 5 Zákona, zda
66 na trhu existuje naléhavá potřeba uložit dočasná opatření v zájmu ochrany hospodářské
67 soutěže a ochrany uživatelů, a zda v definovaném časovém horizontu dočasných opatření trh
68 je či není efektivně konkurenční. Relevantní trh je stanoven Opatřením obecné povahy
69 č. OOP/1/05.2021-5, kterým se stanoví relevantní trhy v oboru elektronických komunikací,
70 včetně kritérií pro hodnocení významné tržní síly (dále jen „Opatření“), v souladu
71 s Doporučením Komise (EU) 2020/2245, ze dne 18. prosince 2020 o relevantních trzích
72 produktů a služeb v odvětví elektronických komunikací, které připadají v úvahu pro regulaci
73 ex ante podle směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2018/1972, kterou se stanoví
74 evropský kodex pro elektronické komunikace (dále jen „Doporučení“).

75

76

77

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

78 Úřad postupoval při zpracování analýzy relevantního trhu v souladu s [Metodikou](#)
79 [analýz relevantních trhů](#) (dále jen „Metodika“), která je zveřejněna na webových stránkách
80 Úřadu. Metodika je obecně platná pro všechny analýzy relevantních trhů, je veřejně dostupná,
81 a proto v tomto opatření není znovu uváděna v plném znění. Nad rámec výše uvedené
82 Metodiky při zpracování analýzy Úřad vycházel též z Doporučení. Úřad dále zpracoval
83 analýzu, zda existuje naléhavá potřeba uložit na trhu dočasná opatření v zájmu ochrany
84 hospodářské soutěže a v zájmu ochrany uživatelů a analýzu přiměřenosti navrhovaných
85 opatření.

86

87

Část C – Naléhavá potřeba uložit dočasná opatření v zájmu ochrany hospodářské soutěže a ochrany zájmů uživatelů

88

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

89 Ceny mobilních služeb v České republice jsou podle srovnání Evropské komise
90 nejvyšší v celé Evropské unii. Jedná se o dlouhodobý trend poslední dekády, kdy ceny
91 mobilních služeb, zejména pak ceny mobilních dat, patří dlouhodobě mezi nejdražší v Evropě.
92 Kromě Evropské komise vysoké ceny mobilních služeb v ČR konzistentně uvádí ve svých
93 analýzách také společnost Strategy Analytics (Teligen Tariff & Benchmarking), a to včetně
94 poslední analýzy z konce roku 2021, kde došlo oproti roku 2020 ke zhoršení pozice ČR.

95

96

97

98

Ceny za mobilní data nabízené třemi hlavními síťovými operátory na velkoobchodním
trhu jsou téměř dvakrát vyšší než již velmi vysoké maloobchodní ceny. To z maloobchodního
trhu postupně vytlačuje konkurenci atraktivních nabídek mimo nabídek stávajících tří mobilních
operátorů.

99 V roce 2021 T-Mobile vypověděl velkoobchodní smlouvy velké části MVNO ve své síti.
100 Na velkoobchodním trhu tedy existuje nejistota smluvních vztahů mezi MNO a MVNO. Není
101 vyloučeno, že se podobná situace může kdykoliv opakovat, mj. protože velkoobchodní
102 smlouvy běžně obsahují právo MNO bez udání důvodů smlouvy v poměrně krátké 3měsíční
103 době vypovědět. Riziko nejistoty a nestability velkoobchodního trhu, zejména s ohledem na
104 možnost vytlačení MVNO, je dáno také tím, že v případě ukončení velkoobchodní smlouvy by
105 vyjednávání o jakékoliv nové smlouvě, ať už u stejného či jiného MNO, bylo složité
106 a zdlouhavé, jak vyplývá mj. ze zkušeností ČTÚ z roku 2021, kdy mnohé T-Mobilem
107 vypovězené smlouvy trvalo obnovit dlouhé měsíce.

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

109 **C.2 Shrnutí současné situace, rozhodnutí Komise a stanoviska BEREC a přijetí** 110 **dočasných opatření**

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

118 Ve svém rozhodnutí o zpětvzetí návrhu opatření Komise nepodpořila návrh původního
119 opatření dlouhodobé ex ante regulace mobilního trhu, a to zejména s ohledem na očekávané
120 účinky závazku národního roamingu společnosti O2 převzatém v rámci výběrového řízení na
121 rádiové kmitočty v pásmu 700 MHz, který ve středně až dlouhodobém horizontu zvýší podle
122 závěrů Evropské komise míru efektivní hospodářské soutěže na tomto trhu. Zároveň Evropská
123 komise konstatovala, že vhodným postupem by mohlo být uplatnění paralelních regulačních
124 nástrojů, které by měly potenciál dosáhnout účinné hospodářské soutěže na trhu.¹

125 Současně i evropské sdružení regulátorů BEREC, ačkoli se přiklonilo k některým
126 výhradám Evropské komise, ve svém stanovisku konstatovalo, že český velkoobchodní
127 i maloobchodní mobilní trh vykazuje závažné problémy hospodářské soutěže.²

¹ 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 MNVO 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.“

² 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:

128 S ohledem na výše uvedené ČTÚ provedl analýzu relevantního trhu zaměřenou na
129 krátkodobý časový horizont do doby, než se na trhu mohou projevit účinky závazku národního
130 roamingu vzešlé z výběrového řízení na udělení rádiových kmitočtů v pásmu 700 MHz
131 a zároveň analýzu, zda jsou dány podmínky pro uplatnění dočasných opatření z důvodu
132 naléhavé potřeby jednat v zájmu ochrany hospodářské soutěže a ochrany zájmů uživatelů. Za
133 tímto účelem ČTÚ přijal tuto novou analýzu trhu, včetně přiměřených nově navržených
134 dočasných nápravných opatření.

135 **C.3 Naléhavá potřeba uložit dočasné povinnosti**

136 Dle čl. 32 odst. 10 Kodexu a § 131 odst. 5 Zákona může ČTÚ přijmout dočasná opatření
137 v případě „*naléhavé potřeby jednat v zájmu ochrany hospodářské soutěže a ochrany zájmů*
138 *uživatelů*“. ČTÚ má za to, že takováto naléhavá potřeba na trhu existuje.

139 ČTÚ identifikoval riziko ukončení velkoobchodních smluv ze strany síťových operátorů
140 v krátké době, čímž by došlo k efektivní likvidaci velkoobchodního trhu v České republice a
141 zánik MVNO. ČTÚ toto riziko vyhodnotil jako reálné, jelikož k masivnímu ukončování smluv ze
142 strany jednoho ze síťových operátorů již v roce 2021 došlo. Vzhledem k čerstvým
143 zkušenostem ČTÚ vnímá tuto hrozbu velmi vážně a konstatuje, že není dána žádná záruka,
144 že k podobné aktivitě ze strany síťových operátorů nedojde znovu. Síťoví operátoři mají ve
145 většině velkoobchodních smluv možnost ukončit tyto smlouvy bez udání důvodu s 3měsíční
146 výpovědní dobou.

147 V případě ukončení komerčních velkoobchodní smluv existuje na trhu pro MVNO
148 regulovaná velkoobchodní nabídka z 5G aukce, avšak tato nabídka zahrnuje výlučně pouze
149 data. Tuto nabídku mají síťoví operátoři povinnost poskytnout teprve ve chvíli, kdy sami začnou
150 s využitím frekvencí z pásma 700 MHz poskytovat služby, což ke dni této analýzy splňuje
151 pouze T-Mobile.

152 Jako další reálné riziko v krátkodobém horizontu ČTÚ identifikoval hrozbu vytlačení
153 MVNO z maloobchodního trhu z důvodu nepřiměřeně vysokých velkoobchodních cen, které
154 neumožňují MVNO replikovat nabídky síťových operátorů. Z analýzy ČTÚ vyplývá, že na trhu
155 dochází k stlačování marží MVNO, resp. k úplnému zrušení marží, ze strany síťových
156 operátorů. Tyto nepříznivé cenové podmínky jsou dále podpořeny nepřiměřenými smluvními
157 podmínkami, které síťoví operátoři vůči MVNO uplatňují. Jedná se např. o velmi vysoké
158 vstupní poplatky a fixní poplatky, které MVNO síťovým operátorům uhradili a pravidelně hradí,
159 či podmínky umožňujícím MNO zpomalovat rychlost datových služeb po technické stránce.
160 Vysoké vynaložené investice, resp. riziko ztráty těchto investic, jsou pro MVNO mnohdy
161 důvodem, proč na trhu dále působí i při nepřiměřených cenových podmínkách, které jim
162 neumožňují realizovat marže na mobilních službách. Působení za těchto podmínek však není
163 do budoucna dlouhodobě udržitelné a MVNO by se mohli po určité době z trhu i za cenu ztrát
164 původních investic stáhnout.

-
- *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.*”

165 Každé z těchto rizik by i samostatně mohlo v horizontu několika měsíců vést k úplnému
166 zániku velkoobchodního trhu. Jejich kombinace vyvolává vysoké a bezprostřední riziko
167 vytlačení velké části nezávislých MVNO z tohoto trhu případně i úplného zániku tohoto trhu.
168 Existuje proto naléhavá potřeba tuto situaci regulačním zásahem napravit v zájmu
169 hospodářské soutěže a vůbec existence velkoobchodního trhu a MVNO.

170 Situace na velkoobchodním trhu se projevuje na maloobchodním trhu nejvyššími
171 cenami mobilních služeb v EU. Naléhavá potřeba jednat v zájmu zachování a zefektivnění
172 velkoobchodního trhu a existence nezávislých MVNO se proto jednoznačně projevuje také
173 v naléhavé potřebě jednat v zájmu ochrany spotřebitelů, tj. činit kroky vedoucí k nižším
174 maloobchodním cenám.

175 Ačkoliv se ceny dat, volání a SMS v EU již nejméně 15 let trvale snižují, v ČR je tento
176 pokles nejpomalejší z celé EU. Tyto důsledky pro koncové uživatele na maloobchodním trhu
177 jsou dány dlouhodobými strukturálními problémy hospodářské soutěže na trhu
178 velkoobchodním. Vzhledem k hrozícímu dalšímu zhoršování situace na velkoobchodním trhu,
179 jak je popsáno výše, lze očekávat i prohloubení dopadů na koncové uživatele na trhu
180 maloobchodním.

181 Novým tržním problémem, který může ve velmi krátké době zhoršit situaci koncových
182 uživatelů na maloobchodním trhu je možné zvyšování cen mobilních služeb ze strany síťových
183 operátorů. Ke zvýšení cen dochází již nyní v Slovenské republice, přičemž jeden ze síťových
184 operátorů, který již přistoupil ke zvýšení cen na Slovensku, působí také v ČR.

185 S ohledem na výše uvedené má ČTÚ za to, že existuje naléhavá potřeba jednat
186 v zájmu ochrany hospodářské soutěže a ochrany zájmů uživatelů a přijmout za tímto účelem
187 přiměřená dočasná opatření.

188 Pokud ČTÚ neuloží dočasná opatření, která by poskytla MVNO záchrannou síť do
189 doby, než bude sjednán národní roaming v síti společnosti O2 pro oprávněné uchazeče a na
190 jeho základě vznikne odpovídající konkurenční nabídka na velkoobchodním trhu, existuje
191 vysoké riziko, že dojde k nevratným změnám na velkoobchodním trhu a může dojít i k úplnému
192 zániku tohoto trhu. To se projeví i na maloobchodním trhu dalším skokovým zhoršením situace
193 koncových uživatelů, zejména spotřebitelů. Může dojít dokonce ke zvyšování cen v segmentu,
194 kde v celé EU ceny trvale klesají.

195 Zachování vysokých cen mobilních služeb či dokonce jejich další zvyšování by bylo
196 v době energetické krize a vysoké inflace pro koncové uživatele zásadním omezením.

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

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

203 2. Pozice nezávislých MVNO na maloobchodním trhu se také nelepší, jejich podíl na
204 trhu stagnuje. MVNO „nemohou účastníkům nabízet konkurenceschopné ceny“.
205 Důvodem jsou „zatěžující podmínky“ na velkoobchodním trhu. Velkoobchodní trh

- 206 v ČR tedy nefunguje, jak má, tj. nevede k zajištění konkurenčních cen na
207 podřazeném maloobchodním trhu mobilních služeb. Zachování nezávislých MVNO
208 a samotného velkoobchodního trhu je ohroženo.
- 209 3. Vzhledem k informacím obdržených od ██████████ se Úřad
210 domnívá, že závazek poskytnout přístup na základě národního roamingu převzatý
211 v rámci 5G aukce nebude ze strany O2 naplněn dříve než v roce 2023, pokud
212 vůbec, čímž vzniká prodleva mezi aktuální nežádoucí situací, jež vyžaduje
213 naléhavé řešení, a účinností tohoto závazku.
- 214 4. Regulovaný přístup k mobilním datům v síti 5G může MVNO pomoci aktualizovat
215 jejich nabídky jenom v limitované míře, vzhledem k limitovanému pokrytí 5G, nízké
216 penetraci kompatibilních mobilních telefonů a absenci regulovaného přístupu
217 k datům pro light MVNO v síti 4G, které jsou v ČR využívány dominantně.
- 218 5. ČTÚ dosud neobdržel informaci, která by jednoznačně potvrdila zájem
219 potenciálních nových síťových operátorů (kteří mají nárok na národní roaming v síti
220 společnosti O2) poskytovat přístup na velkoobchodním trhu pro MVNO a vytvořit
221 tak konkurenční tlak na velkoobchodní úrovni a narušit tacitní koluzi. Takové
222 poskytování služeb na velkoobchodní úrovni z jejich strany přitom není ani
223 vyžadováno v souvislosti s využitím nároku na národní roaming.
- 224 6. Velkoobchodní trh bude nadále nestabilní: bude nadále docházet k odchodu MVNO
225 z trhu z důvodů jednostranných výpovědí velkoobchodních smluv ze strany MNO
226 a/nebo z důvodů nevýhodných velkoobchodních podmínek a nereplikovatelnosti
227 klíčových nabídek (tarify s větším objemem dat nad 1,9 GB měsíčně) MNO na
228 maloobchodním trhu.
- 229 7. Velkoobchodní ceny by se mohly neproporčně zvýšit jako konsekvence zvyšování
230 maloobchodních cen ze strany MNO.
- 231 8. MVNO by byli nadále vytlačováni z trhu také prostřednictvím agresivní nabídky
232 balíčků mobilních služeb, pevného internetu a TV služeb MNO na maloobchodním
233 trhu, které nemohou MVNO, z důvodu nereplikovatelnosti mobilního komponentu
234 balíčku na maloobchodním trhu, úspěšně nabízet. Tím by docházelo k vytlačování
235 MVNO nejen z maloobchodního trhu mobilních služeb, ale také z trhu pevných
236 služeb.

237 **C.4 Přiměřená nápravná opatření**

238 Při stanovení přiměřených dočasných opatření se ČTÚ zaměřil na přiměřenost
239 z pohledu časového a věcného. V prvé řadě se ČTÚ zaměřil na časový aspekt ukládaného
240 opatření, tedy do kdy bude dočasné opatření stanoveno.

241 Úřad zohledňuje závěry Evropské komise, že vstup nového mobilního operátora na trh,
242 který by se rychle z MVNO stal MNO (na základě vnitrostátního (národního) roamingu
243 poskytovaného společností O2 za nákladově orientovaných podmínek nebo v důsledku
244 získaných práv na užívání spektra) a který by mohl rovněž poskytovat přístup MVNO, by
245 vytvořil další konkurenční tlak na maloobchodní i velkoobchodní úrovni a narušil by také tacitní
246 koluzi. ČTÚ se tedy zaměřil na časový horizont do doby, než se dle očekávání ČTÚ projeví
247 efekty regulovaného národního roamingu v rozsahu závazku z 5G aukce.

248 Úřad v lednu 2022 opětovně analyzoval pravděpodobnost vstupu dalšího MNO na trh.
249 Z vyjádření společnosti [REDACTED] platí, že:

250 „Pokud jde o mobilních služby s využitím právě služby národního roamingu
251 postaveného na podmínkách stanovených v aukci 5G, pak se spuštěním v roce 2022
252 Společnost nijak nepočítá, a to z důvodu již uvedeného neplnění potřebného pokrytí vlastní
253 sítí ve Standardu 5G.“

254 „...s ohledem na stav jednání a implementační lhůty popsané níže, považuji spuštění
255 mobilních služeb na bázi komerční dohody v roce 2022 za spíše nepravděpodobné.“

256 [REDACTED]
257 [REDACTED]
258 [REDACTED]
259 [REDACTED]
260 [REDACTED]
261 [REDACTED]
262 [REDACTED]

263 [REDACTED]
264 [REDACTED]
265 [REDACTED]
266 [REDACTED]
267 [REDACTED]
268 [REDACTED]
269 [REDACTED]
270 *V návaznosti na úspěšné uzavření potřebných dohod by mohlo k roll-outu 5G sítě dojít v letech*
271 *2023-2024.“*

272 I vzhledem k výše citované komunikaci Úřad nevidí možnost, že by vstup nového MNO,
273 resp. jeho příznivé důsledky pro maloobchodní a velkoobchodní trhy, nastaly dřív než na konci
274 roku 2023 při neoptimističtějších prognózách. Úřad proto pracuje při stanovení dočasných
275 opatření s horizontem do konce roku 2023, tedy přibližně 18 měsíců od předpokládané doby
276 platnosti/účinnosti nápravných opatření.

277 Výše uvedený časový horizont je více než 3x kratší než časový horizont, se kterým
278 pracuje běžná dlouhodobá ex ante regulace, která se ukládá s výhledem na 5 let. ČTÚ má za
279 to, že takto časově omezená opatření jsou v souladu s požadavky přiměřenosti i dočasnosti
280 tímto způsobem ukládaných opatření v situaci naléhavé potřeby. V případě, že by se národní
281 roaming v České republice zavedl a měl pozitivní dopad na trh dříve, je ČTÚ připravený
282 dočasná opatření zrušit či změnit, jakmile pomine naléhavá potřeba.

283 V druhé řadě se ČTÚ zaměřil na nastavení dočasných opatření z pohledu věcného
284 obsahu takového opatření.

285 Úřad je přesvědčen, že přijatá dočasná nápravná opatření by měla splňovat následující
286 parametry:

- 287 1. Adresnost, tedy jejich zaměření na identifikované akutní tržní selhání a rizika,
288 jakož i na aktuální potřeby zákazníků na maloobchodním a velkoobchodním
289 trhu;

- 290 2. Jednoduchost, tedy rychlost a nenáročnost implementace opatření pro
291 zúčastněné strany;
292 3. Transparentnost, tedy jasnou definici opatření s vyloučením nejednoznačných
293 definicí;
294 4. Přesnost, tedy zacílení na důvody uložení bez zbytečného přesahu do jiných
295 oblastí; a
296 5. Efektivnost, tedy dosažení rychlého zlepšení situace na maloobchodním a
297 velkoobchodním trhu.

298 Vzhledem k výše uvedeným kritériím zvolil Úřad regulační nástroj uložení povinnosti
299 síťovým operátorům O2 Czech Republic, a.s., T-Mobile Czech Republic, a.s. a Vodafone
300 Czech Republic, a.s. nabídnout ve všech svých stávajících smlouvách (a ve smlouvách pro
301 nové velkoobchodní zákazníky) o přístupu k mobilním sítím (2G, 3G, 4G a 5G) dva balíčky
302 mobilních služeb, a to:

- 303 1. Regulační balíček 1 (dále jen „RB1“) obsahující 100 minut na volání do všech
304 vnitrostátních sítí, 50 SMS do vnitrostátních sítí, 2 GB dat, a
305
306 2. Regulační balíček 2 (dále jen „RB2“) obsahující 200 minut na volání do všech
307 vnitrostátních sítí, 50 SMS do vnitrostátních sítí, 10 GB dat.

308 U ostatních podmínek, jakými je např. dokup dodatečných volných jednotek pro volání,
309 SMS a data či nastavení jednotkových cen po vyčerpání volných jednotek, uplatní MNO stejné
310 podmínky, jaké jsou nastaveny pro stávající, komerčně uzavřené smlouvy. V nově uzavřeném
311 smluvním vztahu (MNO s MVNO, se kterým ještě MNO neměl uzavřenou smlouvu
312 o velkoobchodním přístupu k mobilním sítím 2G, 3G, 4G a 5G) budou pro dokup dodatečných
313 volných jednotek a jednotek na využití do zahraničí a v zahraničí pro volání, SMS a data či
314 nastavení jednotkových cen po vyčerpání volných jednotek, uplatněny obvyklé tržní podmínky,
315 kterými se poskytování služeb řídí u stávajících smluv.

316 MNO bude povinen u RB1 a RB2 neomezovat kvalitu služeb (např. rychlost přenosu
317 dat, agregace připojení na internet, filtrování obsahu, blokování komunikačních portů, omezení
318 zneužívání služeb) pod maximální úroveň, kterou poskytuje svým zákazníkům na
319 maloobchodním trhu.

320 **Zdůvodnění parametrů Regulačních balíčků**

321 Již analýza trhu provedená Úřadem v roce 2021 konstatovala, že datový komponent
322 tarifů mobilních služeb je pro soutěž na maloobchodním i velkoobchodním trhu klíčový. Dle
323 studie společnosti KPMG „Česká digitální domácnost 2021“³ dosáhla průměrná měsíční
324 spotřeba dat v roce 2020 2,6 GB resp. až 4 GB u zákazníků s aktivním datovým tarifem. Podle
325 údajů Úřadu byla v roce 2020 dosažená spotřeba 3,1 GB měsíčně, dle údajů OECD to bylo
326 3,2 GB měsíčně.

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

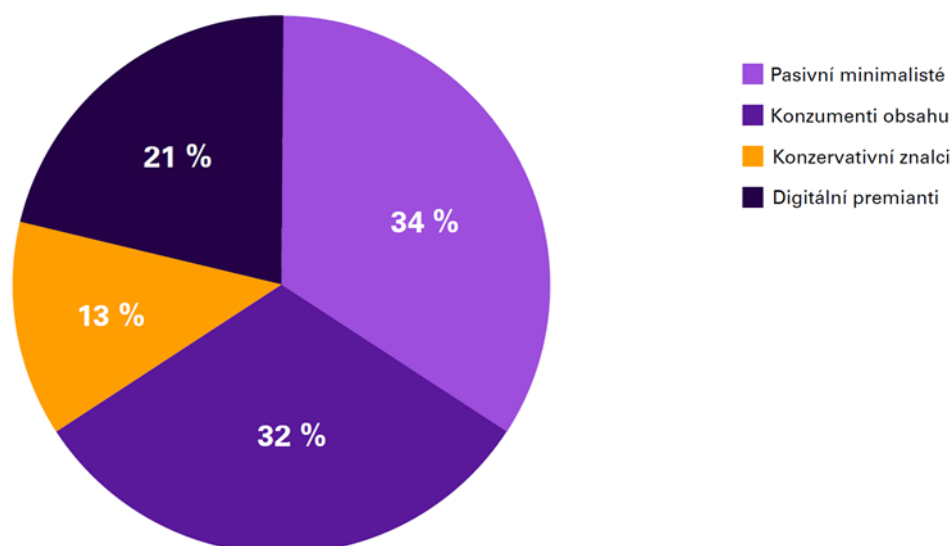
³ Zdroj: https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/cz/pdf/20210920_telco_study_CZ_digital.pdf

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

Obrázek 1 Segmentace zákazníků
Zdroj: Studie KPMG „Česká digitální domácnost 2021“

329
330
331



Obrázek 2 Segmentace zákazníků
Zdroj: Studie KPMG „Česká digitální domácnost 2021“

332

333
334

335

Studie KPMG také popisuje chování těchto zákaznických segmentů:

336

337

338

339

340

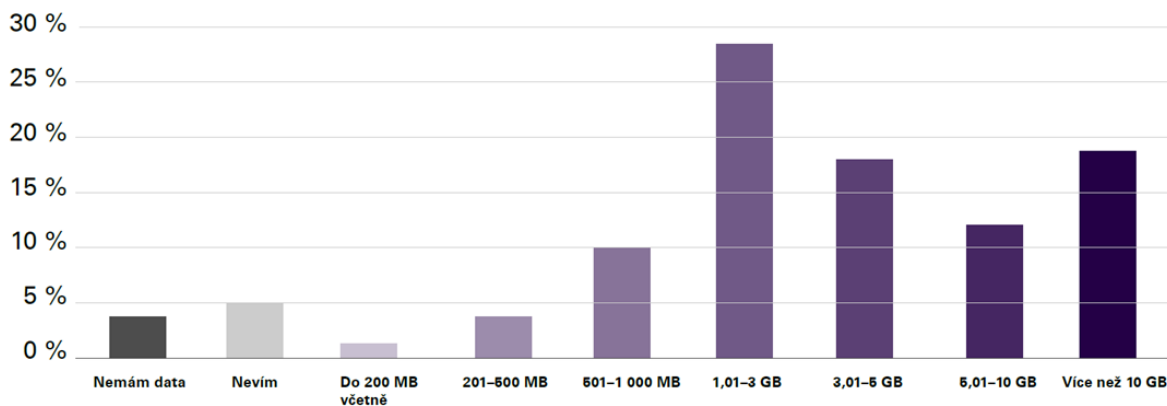
341

342

343

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

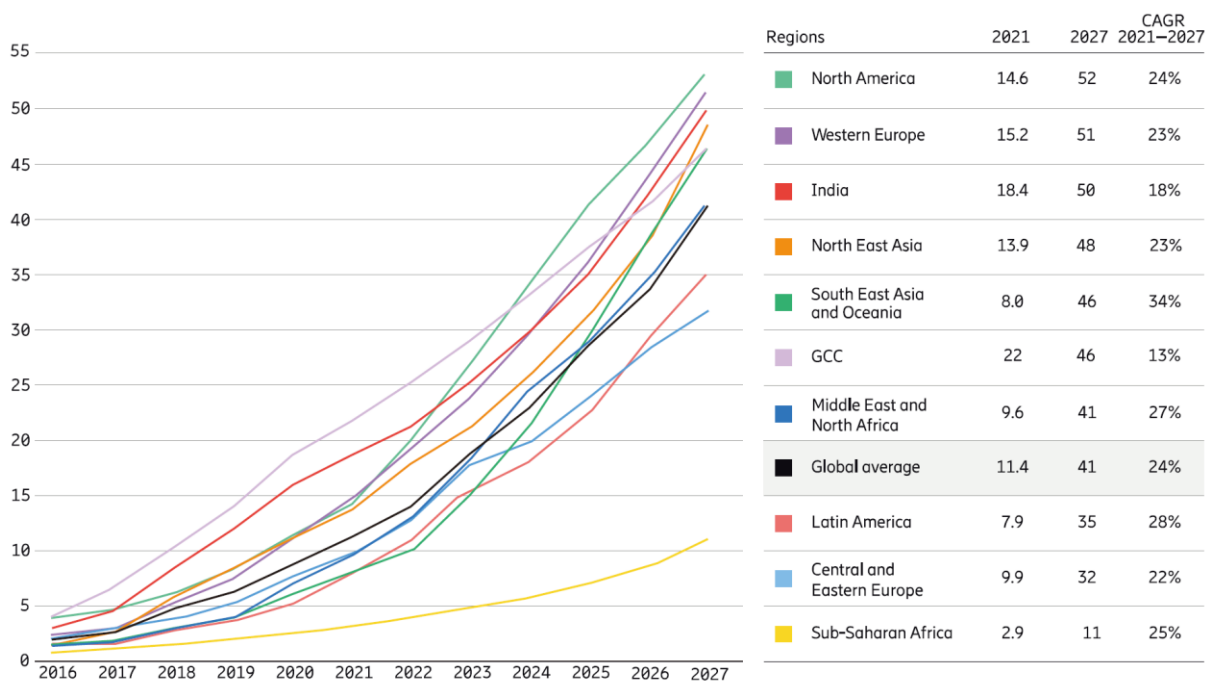


344

345
346

Obrázek 3 Spotřeba dat segmentu „Digitální premianti“
Zdroj: Studie KPMG „Česká digitální domácnost 2021“

347 Vzhledem ke skutečnosti, že data o spotřebě mobilních dat v ČR jsou k dispozici pouze
348 za období do roku 2020, přihlédl Úřad také k analýze „Mobile data traffic outlook“ od
349 společnosti Ericsson⁴. Podle této analýzy dosáhla v roce 2021 spotřeba dat na jeden „chytrý“
350 telefon v roce 2021 ve střední a východní Evropě 9,9 GB měsíčně. Společnost také odhaduje
351 průměrný roční růst spotřeby do roku 2027 na 22 %. Dle předpovědi společnosti Ericsson
352 dosáhne průměrná měsíční spotřeba dat na jeden „chytrý“ telefon ve střední a východní
353 Evropě na konci roku 2023 přibližně 17 GB.



354

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

355
356

Obrázek 4 Spotřeba mobilních dat na jeden „chytrý“ telefon (GB za měsíc)
Zdroj: Ericsson Mobility Report 2021

⁴ Zdroj: <https://www.ericsson.com/en/reports-and-papers/mobility-report/reports/november-2021>

357 Na základě analýzy tarifů, kterou Úřad provedl jako součást analýzy trhu v roce 2021
 358 je možno sumarizovat nabízené tarify do následujících skupin (stav k 31.8.2021):

	MVNO	MNO
Hlasový komponent (minut měsíčně)	512	136
Do 100 min	306	59
100 – 200 min	116	13
200 – 300 min	15	2
300 – 500 min	15	0
Nad 500 min (bez neomezeně)	25	0
Nekonečno (FUP)	35	62

359 Tabulka 1 Analýza tarifů nabízených na maloobchodním trhu v ČR k 31.8.2021
 360 Zdroj: analýza ČTÚ

	MVNO	MNO
SMS komponent (SMS měsíčně)	512	136
Do 100 SMS	424	64
100 – 200 SMS	37	11
200 – 300 SMS	8	0
300 – 500 SMS	1	0
Nad 500 SMS (bez neomezeně)	12	0
Neomezeně (FUP)	30	61

361 Tabulka 2 Analýza tarifů nabízených na maloobchodním trhu v ČR k 31.8.2021
 362 Zdroj: analýza ČTÚ5

	MVNO	MNO
Datový komponent (dat měsíčně)	512	136
Do 100 MB	391	16
100 – 500 MB	59	1
500 MB – 1 GB	21	4
1 GB – 2 GB	17	11
2 GB – 3 GB	3	6
3 GB – 5 GB	10	18
5 GB – 10 GB	6	19
Nad 10 GB (včetně neomezeně)	5	61

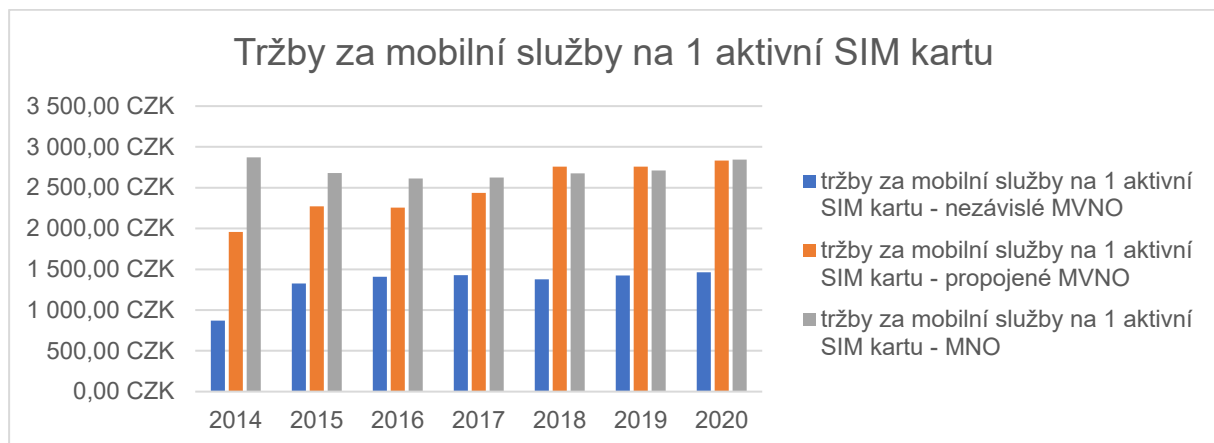
363 Tabulka 3 Analýza tarifů nabízených na maloobchodním trhu v ČR k 31.8.2021
 364 Zdroj: analýza ČTÚ

365 Úřad vychází z logiky, že v prostředí tacitní koluze mobilního trhu v ČR dochází k tomu,
 366 že účastníci tacitní koluze explicitně uplatňují společnou obchodní politiku a udávají směr
 367 vývoje trhu mobilních služeb. Tento jev lze pozorovat na:

- 368 1. vývoji tržních podílů nezávislých MVNO, propojených MVNO a MNO; a
 369 2. skladbě produktů mobilních služeb nabízených na MO trhu.

370 Z vývoje tržních podílů sledovaných z pohledu tržeb za mobilní služby a z pohledu
 371 počtu aktivních SIM karet je zřejmé, že MNO dosahují nejvyšší přidané hodnoty z prodeje
 372 mobilních služeb a za nimi následují s podobnou charakteristikou MVNO majetkově propojení
 373 s MNO. Nezávislí MVNO mají zcela opačnou charakteristiku, což znamená, že nezávislí
 374 MVNO dosahují téměř dvojnásobně vyššího tržního podílu z hlediska počtu aktivních SIM
 375 karet než z pohledu tržeb za mobilní služby. Pokud si tento fakt porovnáme se skladbou
 376 produktů mobilních služeb nabízených na MO trhu je zjevné, že nezávislí MVNO jsou odkázáni

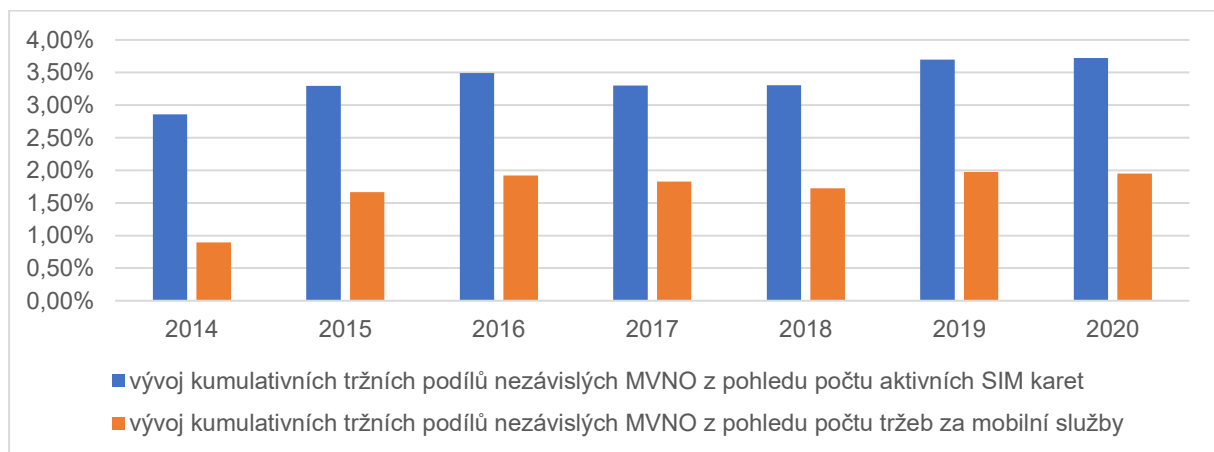
377 na poskytování periferních mobilních služeb, které jsou pro drtivou většinu efektivní poptávky
 378 na českém trhu nezajímavé.



379

380
381

Graf 1 Tržby za mobilní služby na 1 aktivní SIM kartu
 Zdroj: analýza ČTÚ

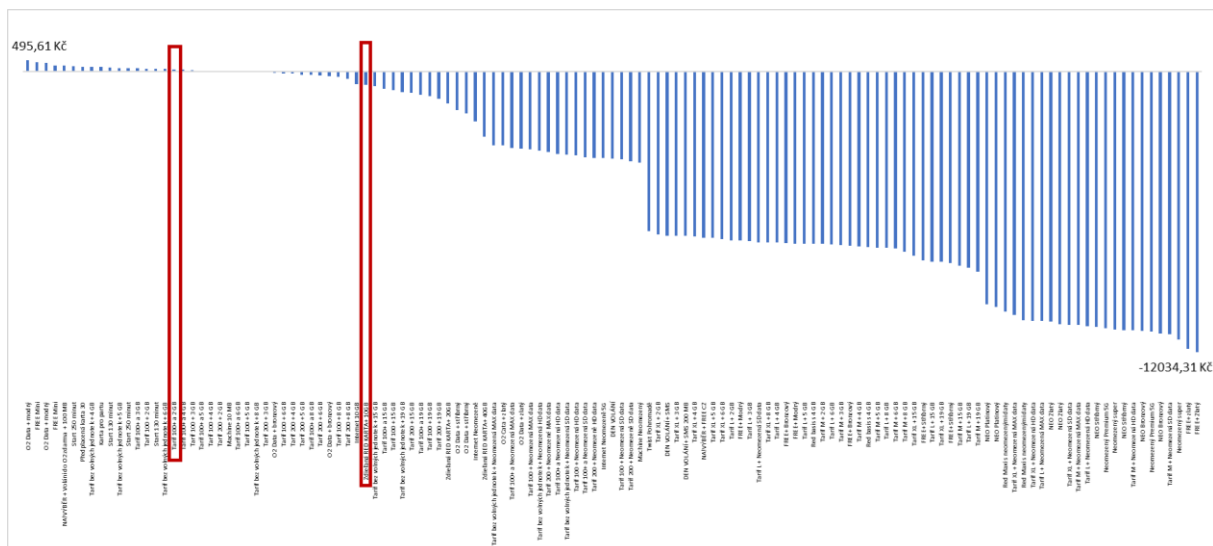


382

383
384

Graf 2 Vývoj kumulativních tržních podílů (SIM karty vs. tržby) nezávislých MVNO
 Zdroj: analýza ČTÚ

385 Z analýzy zákaznických potřeb a nabízených tarifů tedy vyplývá opodstatněnost
 386 složení tarifů RB1 a RB2, které jsou zaměřené na zákazníky s nižší až střední spotřebou minut
 387 a SMS a střední až vyšší spotřebou dat. Nabídky pro tyto zákaznické segmenty v současnosti
 388 na maloobchodním trhu tvoří především MNO. Důvodem omezené a/nebo neatraktivní
 389 nabídky ze strany MVNO pro tyto zákazníky je nemožnost profitabilní replikace tarifů se
 390 středním a větším obsahem dat (a tedy také RB1 a RB2) na maloobchodním trhu:



391

392
393

Graf 3 Nemožnost profitabilní replikace RB1 a RB2
Zdroj: analýza ČTÚ

394

Správné cílení obsahu RB1 a RB2 potvrzuje i studie Evropské komise „Mobile and Fixed Broadband Prices in Europe 2020“, která byla publikována v roce 2021. Oba balíčky spadají do takové oblasti nabídek maloobchodního trhu, v které je ČR hodnocena nejhorší možnou známkou 4 (drahá oblast „expensive cluster“) v celoevropském porovnání. ČR je v tomto srovnání hodnocena jako nejhorší země.

395

396

397

398

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

399

400
401

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

402 **Adresnost navržených dočasných opatření vůči identifikovaným naléhavým**
403 **problémům**

404 Navržené dočasné opatření adresuje riziko jednostranného ukončení velkoobchodních
405 smluv ze strany síťových operátorů tím, že v takovém případě umožní MVNO přístup
406 k definovaným velkoobchodním balíčkům s jejichž využitím budou MVNO schopni dočasně
407 obsloužit zákazníky do doby zavedení národního roamingu. Existence tohoto dočasného
408 opatření proto také sníží riziko jednostranného ukončení velkoobchodních smluv ze strany
409 MNO. Zavedení „záchranné sítě“ pro MVNO v takovém případě limituje potenciální agresivní
410 kroky k ukončování smluv ze strany síťových operátorů.

411 Navržené dočasné opatření také adresuje riziko vytlačování MVNO z trhu z důvodu
412 nepřiměřených cenových a smluvních podmínek tím, že pro MVNO garantuje přístup
413 k vybraným balíčkům za přiměřených cenových podmínek na základě zákazu stlačování marží
414 v kombinaci se stanovením maximální ceny. Do cenotvorby vyjádřené měsíční cenou jsou
415 zahrnuty všechny náklady, které MNO se zřízením či zachováním přístupu pro MVNO mohou
416 mít, tj. včetně vstupních nákladů. Vysoké vstupní či jiné fixní náklady s přístupem k těmto
417 regulovaným balíčkům proto nemohou ze strany MNO být uplatňovány.

418 Navržené dočasné opatření mohou využít jak stávající MVNO, tak i noví MVNO za
419 stejných podmínek.

420 **Očekávání Úřadu**

421 Úřad očekává, že na základě navrhované regulace, včetně regulace cen formou
422 zákazu stlačování marží v kombinaci se stanovením maximální výše velkoobchodní ceny
423 regulovaných balíčků, klesne postupně již v průběhu 2022 průměrná cena velkoobchodních
424 balíčků srovnatelných s RB1 a RB2 na takovou úroveň, aby byl umožněn pokles cen na trhu
425 maloobchodním. Předpokládaný pokles na velkoobchodním trhu představuje potenciál na
426 snížení maloobchodní ceny nabídek MVNO v průměru o 2,5% při maloobchodních tarifech
427 založených na RB1, resp. 14,5% při tarifech založených na RB2. Vzhledem ke skutečnosti, že
428 uvedené balíčky mají potenciál plně nebo částečně adresovat potřeby více než 50 %
429 zákazníků maloobchodního trhu⁵, může být dopad na maloobchodní trh efektivní, a to přesto,
430 že nezávislí MVNO, kteří obsluhují méně než 2 % maloobchodního trhu (měřeno
431 agregovanými tržbami za činnosti v rámci mobilních služeb), mají omezené prostředky na
432 masivní marketing a prodej na celonárodní úrovni ČR. Nezávislí MVNO, kteří jsou zároveň
433 síťovými operátory na trhu fixním (zejména pevný internet a TV) mohou také využít nabídku
434 RB1 a RB2 na sestavení takového maloobchodního balíčku služeb mobilní komunikace,
435 pevného připojení na internet a TV služeb, který bude dostatečně konkurenci schopný vůči
436 nabídkám MNO. Výrazněji se tedy omezí vytlačování MVNO z maloobchodního trhu ze strany
437 MNO a vytvoří se prostor pro růst jejich tržního podílu. Zvýší se také ochrana zákazníků na
438 maloobchodním trhu před dopady zvyšování cen mobilních služeb, které v ČR hrozí.

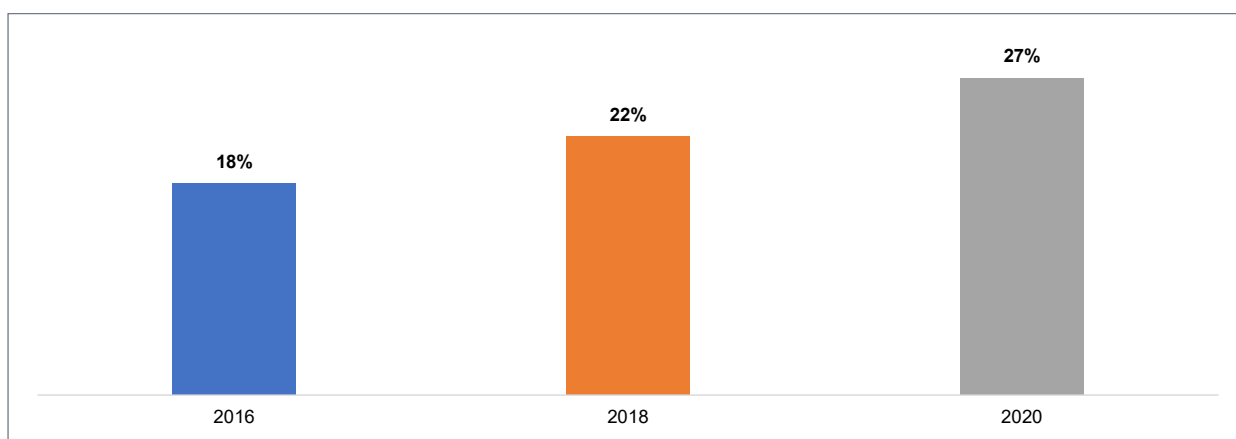
⁵ Dle segmentace zákazníků v studii KPMG „Česká digitální domácnost 2021“

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

441 **Úvodní východiska**

442 **1.1 Vliv balíčků mobilních služeb, připojení na internet a TV pro domácnosti na**
443 **motivaci MNO nabízet kompetitivní velkoobchodní mobilní služby**

444 Pokud by došlo k přechodu maloobchodního zákazníka od MNO k MVNO, byla by
445 ztížená pozice MNO prodat zákazníkovi také fixní telekomunikační služby, zejména připojení
446 na internet a TV služby. Význam balíčků „3-play“ (mobilní služby, pevný internet, TV) při
447 rozhodování zákazníka při volbě konkrétního poskytovatele telekomunikačních služeb v ČR
448 roste. Podle studie KPMG Česká digitální domácnost 2021⁶ „podíl respondentů, kteří
449 kombinují více služeb od jednoho poskytovatele, vzrostl z 18 % v roce 2016 přes 22 % v roce
450 2018 až na 27 % v roce 2020“.



451 Graf 4 Podíl 3-play zákazníků na trhu v ČR
452 Zdroj: studie KPMG „Digitální domácnost“ za roky 2016–2021
453

454 Všichni 3 MNO působící na maloobchodním i velkoobchodním trhu v ČR jsou tzv.
455 integrovaní operátoři, kteří již na celonárodní úrovni poskytují nebo plánují poskytovat balíčky
456 více typů služeb se zvýhodněním⁷.

457 Je třeba poukázat i na předpoklad, že zrychlující se využívání balíčků mobilních služeb,
458 pevného připojení k internetu a TV ještě více prohloubí negativní efekt selhání
459 velkoobchodního mobilního trhu na koncové zákazníky. Jejich výběr z nabídek těchto balíčků
460 bude do budoucna ještě více omezen, protože integrovaní MVNO budou opouštět
461 maloobchodní trh mobilních služeb z důvodu nefunkčního velkoobchodního trhu mobilních
462 služeb.

463 Vzhledem k tomu, že balíčky využívá zatím 27 % zákazníků⁸, tj. menšina trhu, může
464 včasný regulační zásah předejít omezení hospodářské soutěže i na dalších trzích
465 elektronických komunikací. Ačkoliv se ČTÚ v této analýze zabývá pouze trhem mobilních
466 služeb, vnímá dopad hospodářské soutěže, resp. její absence, nejen na trh mobilních služeb,
467 ale také na trh televizí a fixního internetu, resp. jednoho trhu 3-play.

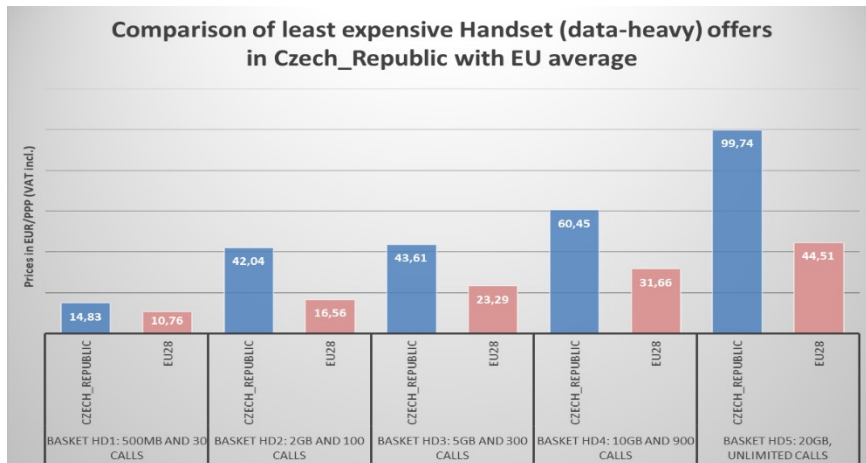
⁶ Zdroj: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/cz/pdf/file.pdf>

⁷ Zdroj: webové stránky www.o2.cz, www.t-mobile.cz, www.vodafone.cz

⁸ Zdroj: Studie společnosti KPMG Česká digitální domácnost 2021, strana 26
(<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/cz/pdf/file.pdf>)

468 **1.2 Vysoké ceny mobilních služeb v zahraničním srovnání**

469 Podle studie Evropské komise (dále jen „EK“) „Mobile Broadband Prices in Europe
 470 2019“⁹ z 19. 9. 2020 byla cenová úroveň mobilních služeb na maloobchodním trhu v ČR vyšší
 471 i o více jak 150 %. Vzhledem k neustále rostoucí poptávce a spotřebě mobilních datových
 472 služeb¹⁰ a rostoucí důležitosti mobilních datových služeb při změně mobilního operátora v ČR,
 473 jsou tyto informace alarmující a podporují tezi nízké konkurence na trhu mobilních
 474 telekomunikačních služeb v ČR.

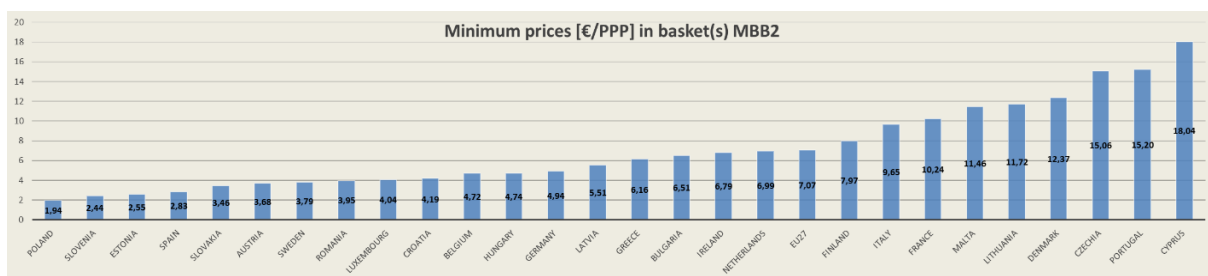


475
 476
 477 Obrázek 6 Porovnání cen služeb na maloobchodním trhu mobilních služeb v ČR vs. průměr EU
 Zdroj: Studie EK „Mobile Broadband Procees in Europe 2019, 19. 9. 2020

		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	

478
 479
 480 Obrázek 7 Cenové rozdíly služeb na maloobchodním trhu mobilních služeb v ČR vs. průměr EU
 Zdroj: Studie EK „Mobile Broadband Procees in Europe 2019, 19. 9. 2020

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



483
 484 Obrázek 8 Cenové rozdíly služeb na maloobchodním trhu mobilních služeb v ČR a zemích EU

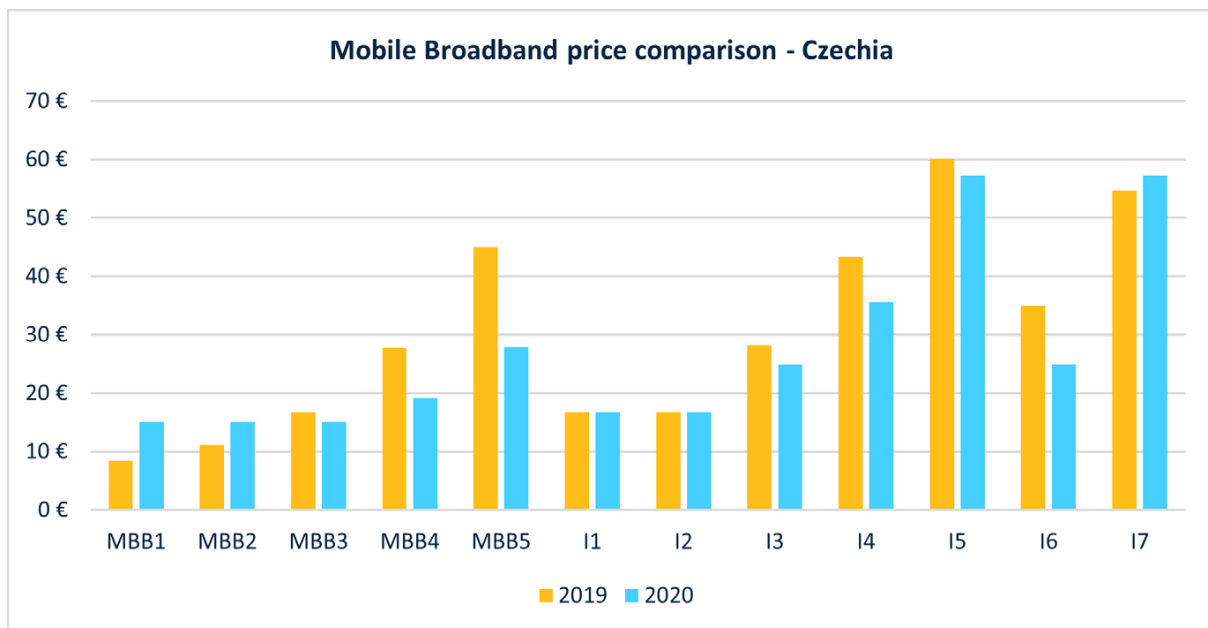
⁹ Zdroj: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/mobile-broadband-prices-europe-2019>
¹⁰ Např. v studii Digitální domácnost 2021 od KPMG: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/cz/pdf/file.pdf>

485

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

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

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



493

494
495

Obrázek 9 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*

MBB1	MBB2	MBB3
● 137%	● 113%	● 63%
MBB4	MBB5	I1
● 60%	● 46%	● 82%
I2	I3	I4
● 67%	● 86%	● 92%
I5	I6	I7
● 107%	● 67%	● 108%

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

496

497
498

Obrázek 10 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

499

500
501

Obrázek 11 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

502
503

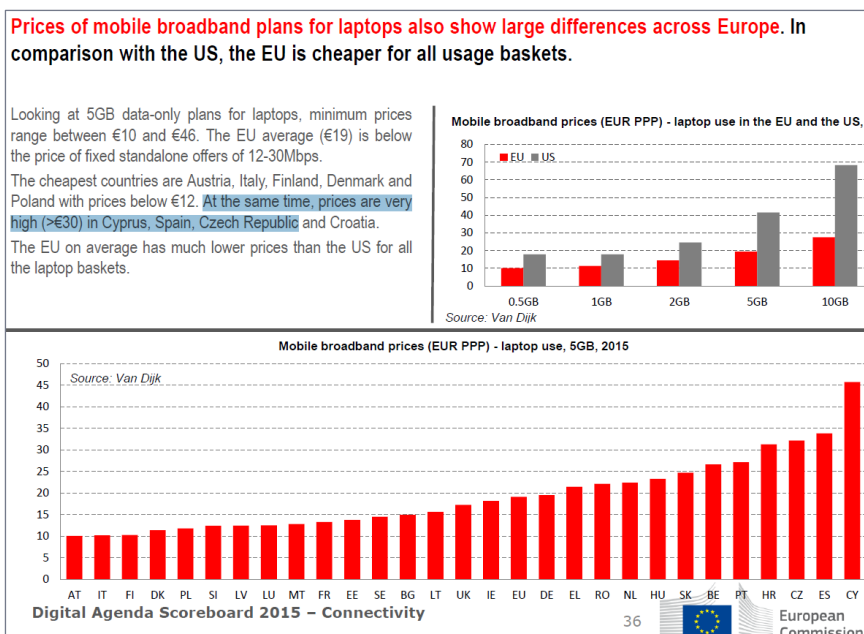
Vysoké ceny mobilních služeb v ČR jsou systematicky zdokumentovány i následujícími studiiemi:

504
505
506
507
508
509
510
511
512
513
514
515

- EU Digital Economy Scoreboard 2015¹¹ (Evropská komise): v reportu „Connectivity – Broadband market developments in the EU“ na str.36 ceny mobilního širokopásmového připojení a CZ zmiňuje jako zemi s velmi vysokými cenami. V tzv. Implementační zprávě, v kapitole o ČR není kritika cen, ale naopak naděje, že na trhu budou změny z důvodu vstupu MVNO. „In 2014 a significant expansion of the MVNO market took place in the Czech Republic. Several new MVNOs came onto the market, mainly service providers, while some have exited the market. MVNOs set up arrangements with MNOs on a commercial basis, without regulatory intervention. There are currently approximately 80 MVNOs or MVNEs. Licence conditions related to the spectrum for 4G networks set the obligation to provide wholesale offers. It is estimated that MVNOs may represent approximately 5 % of the mobile market. The entrance of MVNOs has contributed to the wider choice of services for consumers and positively influenced the level of retail prices,

¹¹ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-agenda-scoreboard-2015-strengthening-european-digital-economy-and-society>

- 516 together with other factors such as decrease of MTRs or introduction of new attractive flat
517 rates.“
- 518 • EU Digital Economy Scoreboard 2016 – Telecom Factsheet¹²: identifikován problém
519 s výškou maloobchodních cen v rámci tzv. „Consumer Issues“: „The average retail
520 Eurotariff price for roaming is 0,153EUR per minute of calls made and 0,043EUR per
521 minute of calls received (with alternative tariffs more expensive for both calls made and
522 calls received), 0,056 per SMS, generally close to EU average. However, 0,178 EUR per
523 MB for data is well beyond the EU average (EU 0,059 EUR per MB). On the other hand,
524 average retail price paid for alternative data tariffs per MB was 0,058 EUR (close to EU
525 average of 0,063) alternative tariffs)“.
 - 526 • EU DESI 2018 Telecom Chapter¹³: ČR má jednu z nejvyšších cen za mobilní broadband
527 (mobilní internet) v Evropské Unii (dále jen „EU“).
 - 528 • EU DESI 2019 Telecom Chapter¹⁴: Na stranách 5-6 je uvedeno, že ceny pro uživatele
529 služeb mobilních sítí jsou velmi vysoké, takřka dvojnásobné oproti průměru EU.
 - 530 • EU DESI 2019 Connectivity Report¹⁵: na straně 31 je opět zmíněno, že ceny v ČR jsou
531 vysoké.
 - 532 • EU DESI 2020 Telecom Chapter¹⁶: na straně 4 je zmíněno, že ceny za mobilní služby
533 zůstávají nadále jedny z nejvyšších v EU.
 - 534 • EU DESI 2020 Connectivity Report¹⁷: na stranách 24-25 je zmíněno, že v CZ jsou nabídky
535 mobilních operátorů drahé.
 - 536 • Index digitální ekonomiky a společnosti (DESI) 2021 Česko na straně 4: „Ceny
537 širokopásmového připojení jsou i nadále jedny z nejvyšších v EU.“
- 538



539
540 Obrázek 12 EU Digital Agenda Scoreboard 2015

¹² <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/telecommunications-data-files-digital-scoreboard-2016>
¹³ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/desi-report-2018-telecoms-chapters>
¹⁴ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi-telecoms>
¹⁵ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi-telecoms>
¹⁶ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi-telecoms>
¹⁷ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi-telecoms>

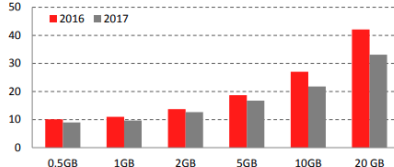
Prices of mobile broadband plans for laptops and tablets also show large differences across Europe. On average, prices have decreased for all types of consumption baskets since 2016, ranging between 8 % and 21 %.

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).

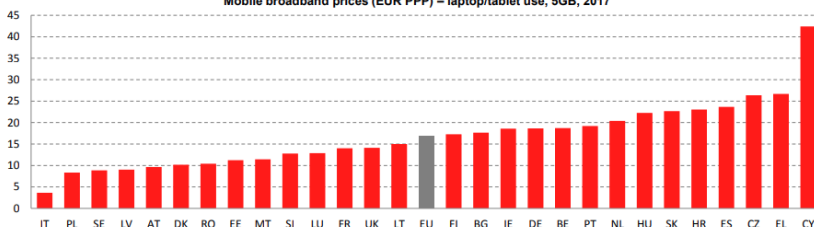
Laptop prices have decreased for all types of consumption baskets since 2016. The largest price drop is registered in the highest consumption basket (20 GB), with a 21 % decrease.

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



541
542
543

Obrázek 13 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 stoprocentní (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.

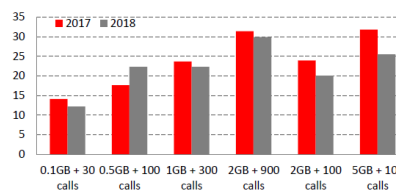
544
545
546

Obrázek 14 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.

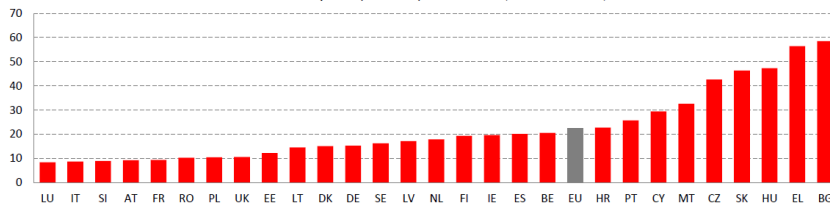
Looking at the usage basket of 300 voice calls and 1GB data, minimum prices range between EUR 8 and EUR 59 with an EU average of EUR 22 (EUR 2 cheaper than a year ago). The cheapest countries are Luxembourg, Italy, Slovenia, Austria and France, with minimum prices below EUR 10. By contrast, prices are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

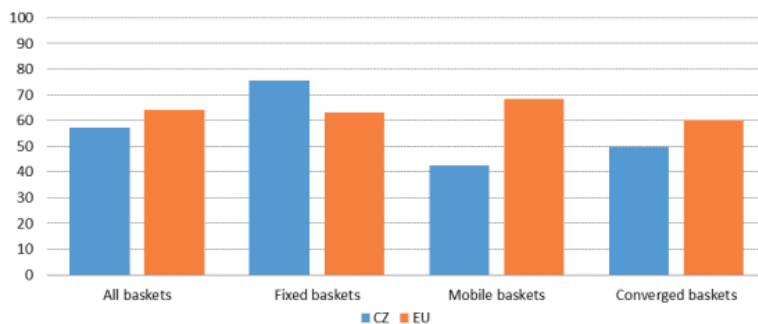
32



547
548
549

Obrázek 15 EU DESI 2019 Connectivity Report

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



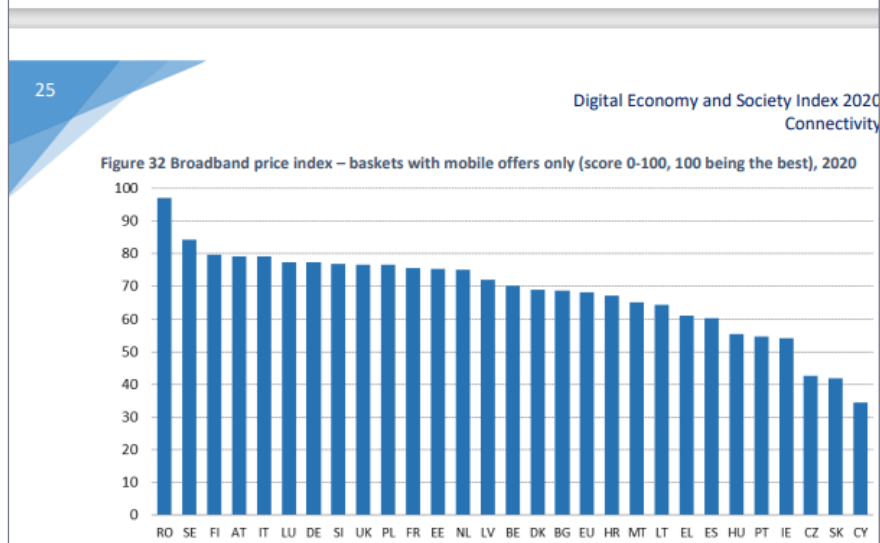
Source Commission services based on Empirica (Retail broadband prices studies)

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.

550
551
552

Obrázek 16 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.



553
554

Obrázek 17 EU DESI 2020 Connectivity Report

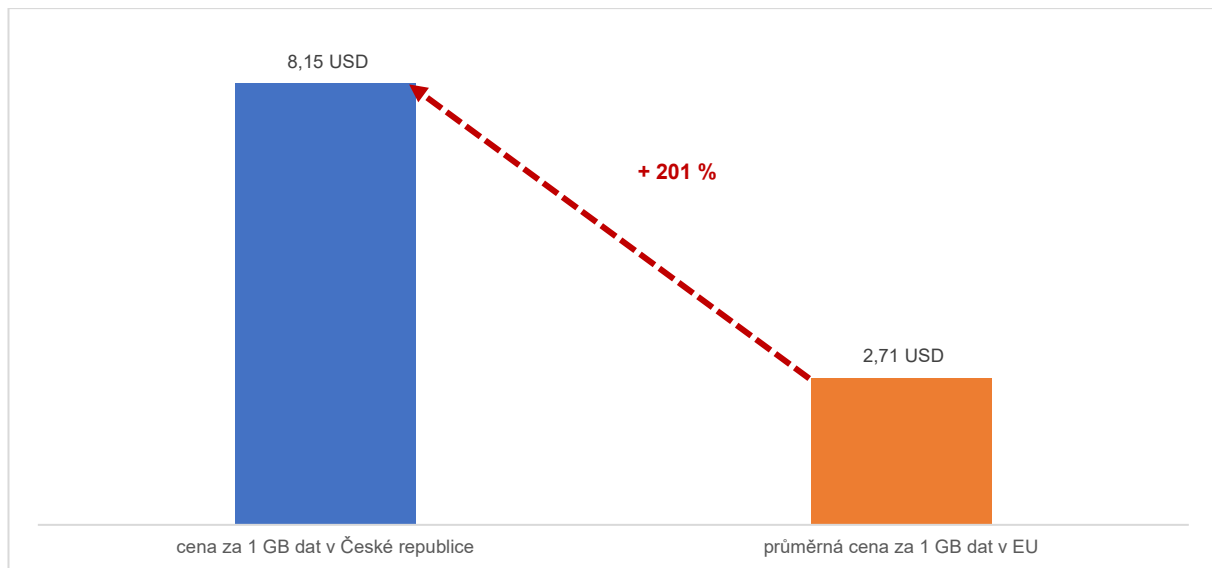
555 Pro účely znázornění výše maloobchodních cen v České republice za mobilní služby
556 ve srovnání průměru zemí EU byl použit simulační nástroj Evropské komise, kterým měří
557 rozdíly v cenových úrovních napříč členskými zeměmi EU. Základem tohoto simulačního
558 nástroje je sestavení standardizovaného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

561 Na základě využití simulačního nástroje Evropské komise, kterým měří rozdíly
562 v cenových úrovních napříč členskými zeměmi EU, bylo identifikováno, že průměrný rozdíl cen
563 v České republice ve srovnání s průměrem zemí EU je na úrovni 99 %, přičemž nejvyšší rozdíl,
564 až 154 %, byl pozorovaný v koši produktů 2 a druhý nejvyšší rozdíl, až 124 %, v koši produktů
565 5.

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

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

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



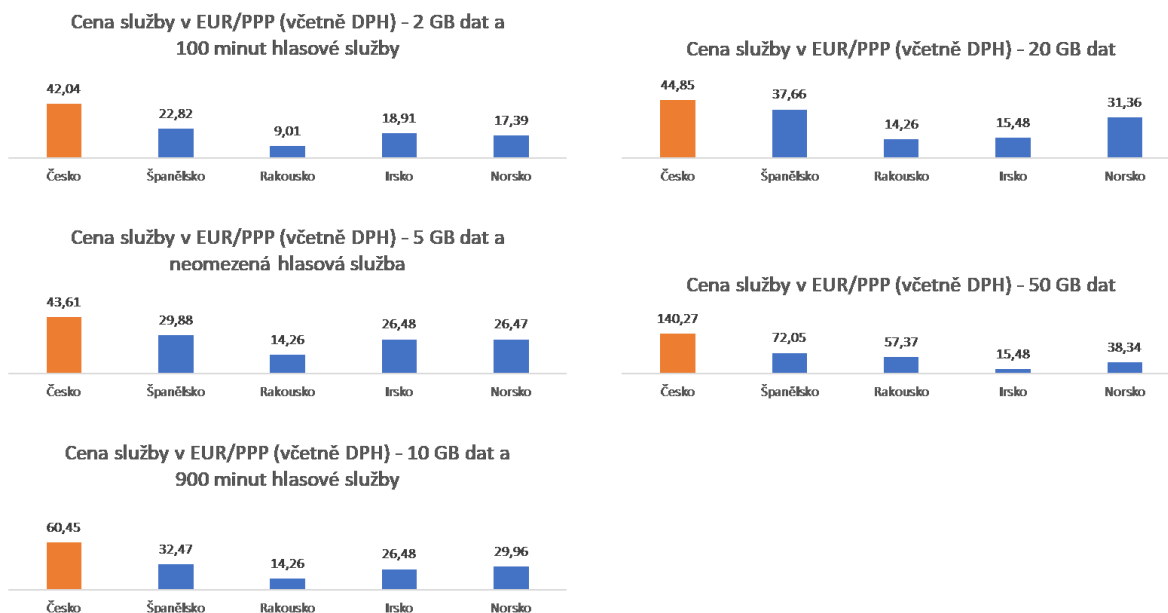
578
579
580

Graf 5 Porovnání ceny za 1 GB dat v ČR a EU
Zdroj: Worldwide Mobile Data Pricing 2021, Cable.co.uk

581 1.3 Regulace mobilního trhu v ČR a EU

582 Ex ante regulace mobilních trhů v Evropě není ojedinělá. Velkoobchodní přístup
583 k mobilním službám podléhá ex ante regulaci například v Norsku od roku 2016. Až do roku
584 2017 podléhal podobně vymezený trh ex ante regulaci také ve Španělsku.

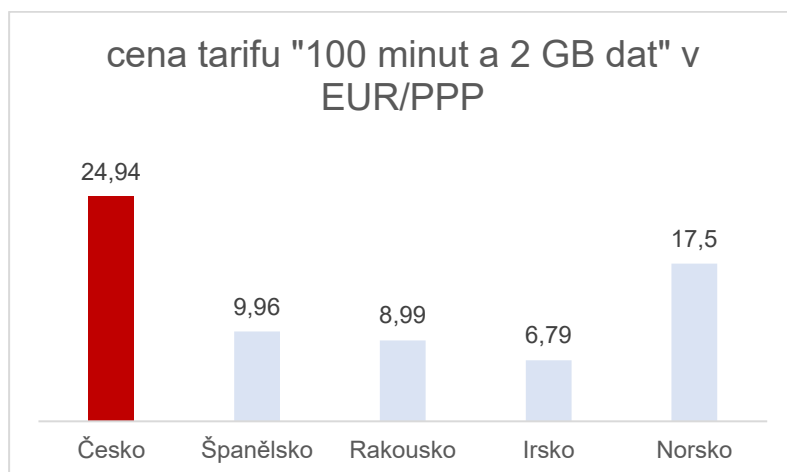
585 Regulace mobilního trhu je v EU běžná také jinými nástroji než tzv. ex ante regulací.
586 Mezi typické nástroje regulace mobilního trhu patří např. závazky převzaté fúzujícími mobilními
587 operátory či závazky převzaté účastníky kartelových dohod. Mezi takové trhy patří například
588 Irsko či Rakousko,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



590

591
592

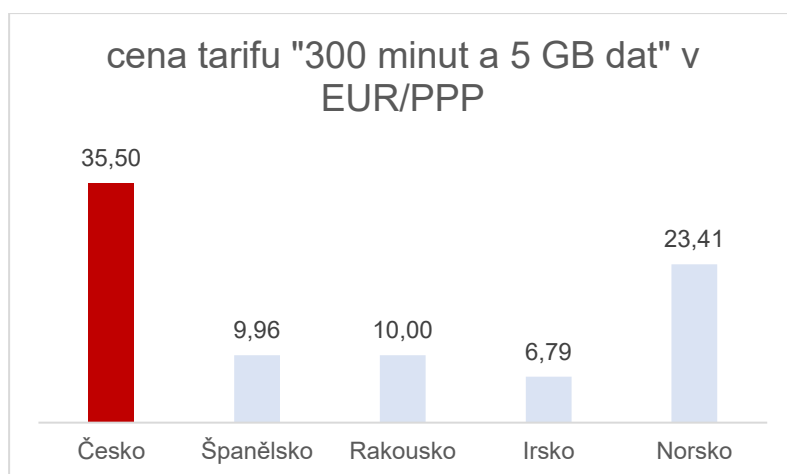
Graf 6 Cena produktů mobilních služeb dle typu mobilního produktu za diskutované země
Zdroj: EC Simulation tool (ceny z 02/2019) a CABLE.co.uk (2021).



593

594
595

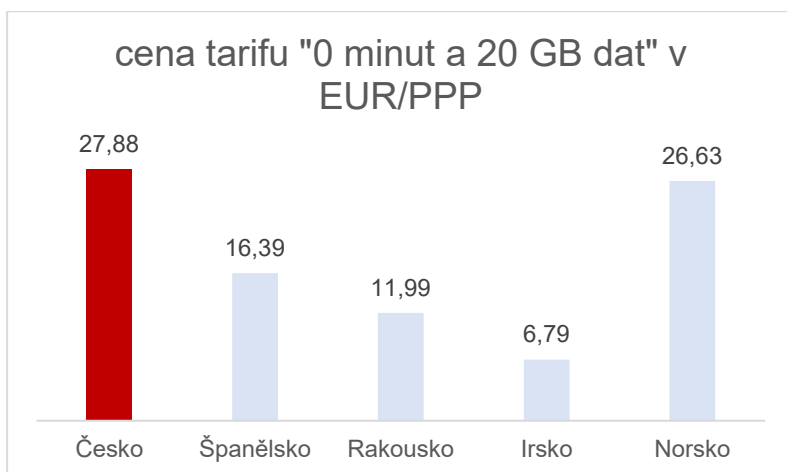
Graf 7 Cena produktů mobilních služeb dle typu mobilního produktu za diskutované země
Zdroj: EC Simulation tool 2021



596

597
598

Graf 8 Cena produktů mobilních služeb dle typu mobilního produktu za diskutované země
Zdroj: EC Simulation tool 2021



599

600
601

Graf 9 Cena produktů mobilních služeb dle typu mobilního produktu za diskutované země
Zdroj: EC Simulation tool 2021

602 Jak je patrné také z nejnovějších mezinárodních srovnání cen mobilních služeb (viz
603 výše), regulovány jsou také země, kde jsou ceny mobilních služeb výrazně nižší než v České
604 republice. Je tedy zřejmé, že regulace mobilních trhů, včetně ex ante regulace, je běžně
605 používaným nástrojem regulačních úřadů a návrh analýzy ČTÚ není ničím nestandardním.

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

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

622 V neposlední řadě ČTÚ uvádí, že ex ante regulaci mobilního trhu v minulosti zvažoval
623 vícekrát. Doposud k uplatnění ex ante regulace ze strany ČTÚ však nakonec nedošlo
624 z různých důvodů.

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

632 Následně ČTÚ zvažoval ex ante regulaci v roce 2017-2019. V roce 2017 provedl ČTÚ
633 test 3 kritérií na trhu mobilních služeb.¹⁸ Test 3 kritérií následně konzultoval s veřejností dle §
634 130 zákona o elektronických komunikacích a vypořádal všechny připomínky.¹⁹ K návrhu testu
635 3 kritérií se následně vyjádřil Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS), který k testu
636 neměl žádné podstatné připomínky.²⁰ Následně ČTÚ výsledky testu 3 kritérií konzultoval
637 s Evropskou komisí, která k závěrům ČTÚ nevznesla vážné pochybnosti, ačkoliv k závěrům
638 uvedla své připomínky, zejména ve vztahu k podložení závěrů ČTÚ dodatečnými důkazy.²¹
639 ČTÚ v průběhu roku 2019 rovněž zpracoval a vydal předběžnou analýzu²² trhu, kterou zároveň
640 konzultoval s veřejností podle § 130 zákona o elektronických komunikacích, včetně
641 vypořádání připomínek.²³ Tato analýza navazuje na předchozí činnost ČTÚ z posledních let a
642 vychází z ní, zejména z výše uvedených dokumentů a závěrů v nich uvedených, včetně toho,
643 že všechna tři kritéria 3K testu byla na vymezeném trhu kumulativně splněna a v rámci
644 předběžné analýzy byla indikována existence společné významné tržní síly síťových operátorů
645 O2 Czech Republic a.s. (dále také jen „O2“), T-Mobile Czech Republic a.s. (dále také jen
646 „T-Mobile“) a Vodafone Czech Republic a.s. (dále také jen „Vodafone“). V návaznosti na
647 předchozí provedení testu 3 kritérií ČTÚ zařadil trh mobilních služeb mezi relevantní trhy
648 způsobilé k ex ante regulaci v rámci opatření obecné povahy č. OOP/1/12.2019, a následně
649 zařazení mezi relevantní trhy potvrdil i opatřením obecné povahy č. OOP/1/05.2021-5, kterým
650 se stanoví relevantní trhy v oboru elektronických komunikací, včetně kritérií pro hodnocení
651 významné tržní síly jako trh č. 3. Výše uvedené dokumenty a závěry v nich uvedené byly v
652 rámci této analýzy ze strany ČTÚ přezkoumány a vyhodnoceny na základě aktualizovaných
653 údajů a dat.

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

661 V roce 2021 proto ČTÚ po skončení výše uvedené 5G aukce a vyhodnocení jejích
662 výsledků, kdy vyhrazené kmitočty v pásmu 700 MHz nezískal žádný nový síťový operátor,
663 přistoupil k dopracování analýzy relevantního trhu velkoobchodního přístupu k mobilním
664 službám (relevantní trh č. 3). ČTÚ v rámci tohoto procesu návrhu ex ante regulace mobilního
665 trhu aktualizoval jak vyhodnocení testu tří kritérií, tak i vyhodnocení tržního prostředí 24 ČTÚ
666 zahájil dne 18. listopadu 2021 u Evropské komise notifikaci svého návrhu opatření s analýzou
667 relevantního trhu č. 3. Komise k návrhu opatření vyslovila postupem dle čl. 32 odst. 4 Kodexu
668 vážné pochybnosti, které doručila ČTÚ dne 20. prosince 2021. K vážným pochybnostem přijal

¹⁸ <https://www.ctu.cz/trh-mobilnich-sluzeb/3k-test>

¹⁹ <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>

²⁰ <https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/stranky/223526/soubory/pripominkyuohskt3k04-2018.pdf>

²¹ <https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/stranky/223526/soubory/cz-2019-218920adoptedcsredacted.pdf>

²² <https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/ctu/sdeleni-o-zahajeni-konzultace-k-predbezne-analyze-velkoobchodniho-trhu-mobilnich-sluzeb/obrazky/predbeznaanalyzavelkoobchodnihotrhumobilnichsluzebverzeprovkrozverejnenipodepsany.pdf>

²³ <https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/ctu/vyzva-k-uplatneni-pripominek-k-predbezne-analyze-trhu-mobilniho-backhaultu/obrazky/mobilnibackhaultabulkapripominekvpzverejnenipodepsan.pdf>

²⁴ 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/art3tabulkavyporadani-final-bezotkezverejnenispeceti.pdf>

669 své stanovisko BEREC, který se částečně s pochybnostmi Komise ztotožnil, částečně dal za
670 pravdu ČTÚ. Následně Komise vydala postupem dle čl. 32 odst. 6 písm. a) Kodexu rozhodnutí
671 ze dne 17. února 2022, kterým uložila ČTÚ vzít návrh notifikovaného opatření zpět.

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

673 **2.1 Definice trhu**

674 Vymezení relevantního trhu bylo provedeno podle části 2 Pokynů²⁵, které v bodě 26
675 uvádějí, že výchozím bodem vymezení relevantního trhu je posouzení relevantních
676 maloobchodních trhů, a to s přihlédnutím k zastupitelnosti na straně poptávky a straně nabídky
677 z hlediska koncového uživatele během následujících období přezkoumání na základě
678 stávajících tržních podmínek a jejich pravděpodobného vývoje.

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

685 **2.1.1 Věcné (produktové) vymezení trhu**

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

691 **2.1.2 Průzkum trhu**

692 V rámci analýzy byl proveden hloubkový průzkum produktů, v jehož rámci bylo
693 zmapovaných 648 konkrétních nabídek produktů mobilních služeb na maloobchodním trhu
694 s předpokladem, že nabídky produktů, které nevstoupily do mapování, mají zanedbatelný vliv
695 na výsledky mapování, a to podle následujících principů:

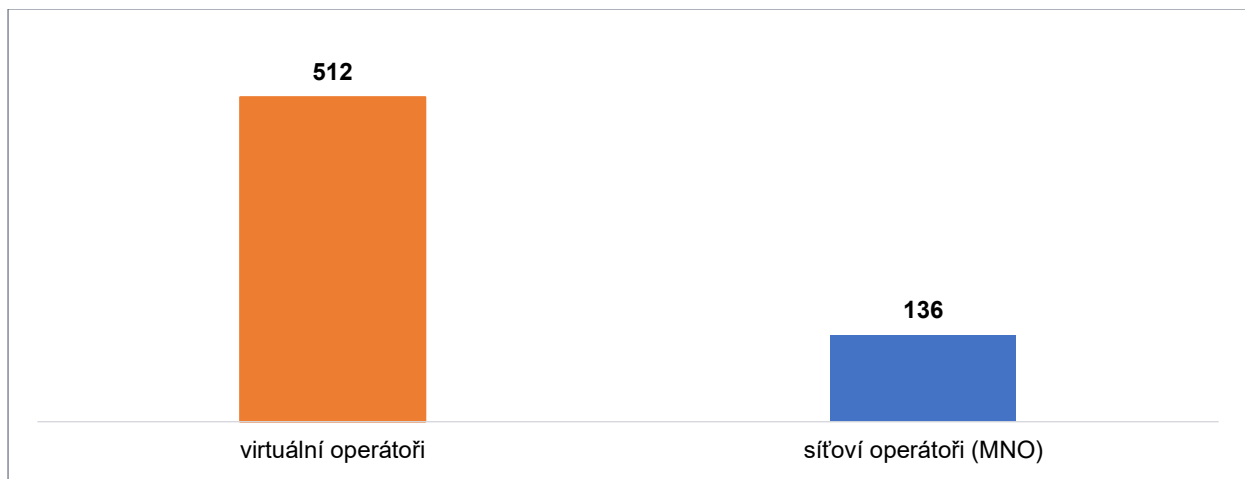
- 696 • součástí mapování jsou výlučně veřejně dostupné nabídky mobilních služeb, které
697 mobilní operátoři (MNO i MVNO) nabízejí na území České republiky prostřednictvím
698 vlastní webové stránky;
- 699 • pokud má tentýž produkt více variant (podle různých doplňků a akčních nabídek),
700 součástí mapování je jen jeho nejlevnější varianta;
- 701 • speciální výhody spojené s navázáním nabídky mobilních služeb na jiné produkty
702 tvořící horizontální nebo vertikální produkční linii nebyly brány v úvahu;
- 703 • nabídky pro firemní zákazníky byly vyloučeny, a to z důvodu, že většina produktů pro
704 firemní zákazníky je sjednávána individuálně;

²⁵ 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

705 • v případě inzerovaných neomezených mobilních hlasových služeb, služeb SMS nebo
706 mobilních datových služeb byly parametry produktu stanoveny podle všeobecných
707 obchodních podmínek a zásad férového užívání; a

708 • veškerá shromážděná data o nabídkách mobilních služeb platí pro SIM karetní tarify,
709 které obsahují i mobilní hlasové služby a služby SMS a paušální nebo ad hoc nabídku
710 mobilních dat.

711 Rozvrstvení produktů mobilních služeb je poměrně rovnoměrné, protože 79 %
712 produktů je nabízených ze strany mobilních operátorů dosahujících 98 % tržního podílu.
713 Parciálně, síťoví operátoři tvoří počtem pouze 2 % subjektů na českém trhu mobilních služeb,
714 avšak mají ve svých produktových portfoliích až 20 % produktů.

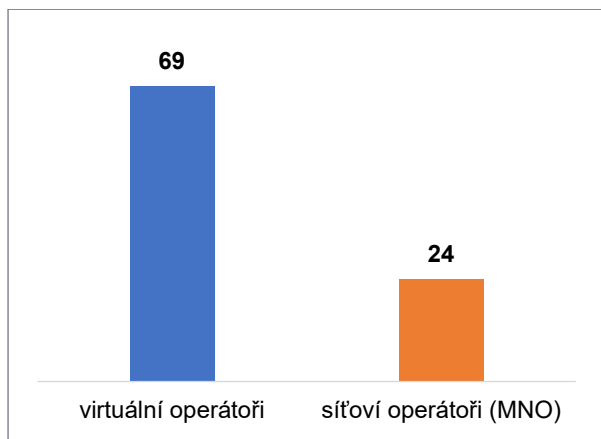


715
716
717

Graf 10 Struktura produktů mobilních služeb dle typu mobilního operátora k 31. srpnu 2021
Zdroj: ČTÚ, webové stránky mobilních operátorů

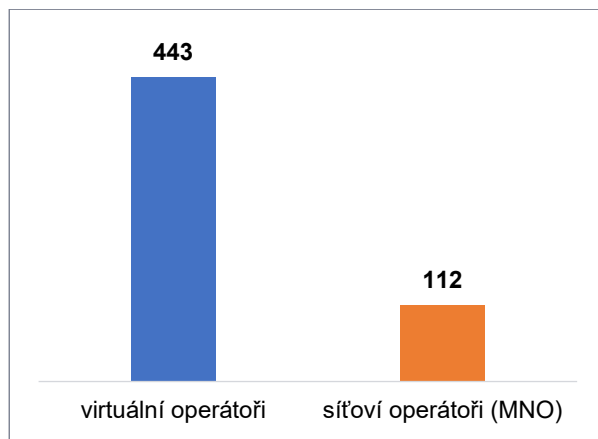
718 Hlubším pohledem do struktury produktových portfolií mobilních operátorů je možné
719 identifikovat, že až 86 % produktů tvoří paušální tarifní mobilní služby a pouze 14 % produktů
720 má charakter předplacených produktů mobilních služeb. Lze tedy konstatovat, že jak síťoví
721 operátoři, tak i virtuální operátoři na českém mobilním trhu mají nabídku mobilních služeb
722 orientovanou na paušální tarifní produkty.

723 Struktura produktů mobilních služeb virtuálních operátorů je tvořena až ze 77 %
724 mobilními hlasovými službami a službami SMS s ad hoc mobilními daty a jen 23 % produktů
725 virtuálních operátorů obsahuje také nabídku paušálních datových služeb, přičemž dodatečné
726 datové balíčky po vyčerpání obsažených dat je možné dodatečně objednat jen k 17 %
727 produktů mobilních služeb virtuálních operátorů. Navíc pouze 9 produktů obsahuje data ve
728 výši více než 10 GB měsíčně a jen 2 produkty obsahují neomezený datový balíček. Jedná se
729 o 7 nabídek mobilních tarifů s paušálními daty a 2 produkty mobilního internetu v cenové
730 hladině 700 až 1 000 korun.



731
732
733
734

Graf 11 Struktura předplacených produktů mobilních služeb podle typu mobilního operátora k 31. srpnu 2021
Zdroj: ČTÚ, webové stránky mobilních operátorů

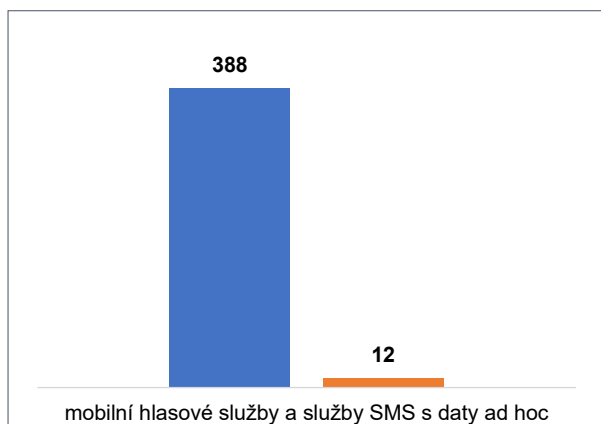


736
737
738

Graf 12 Struktura paušálních tarifních mobilních služeb podle typu mobilního operátora k 31. srpnu 2021
Zdroj: ČTÚ, webové stránky mobilních operátorů

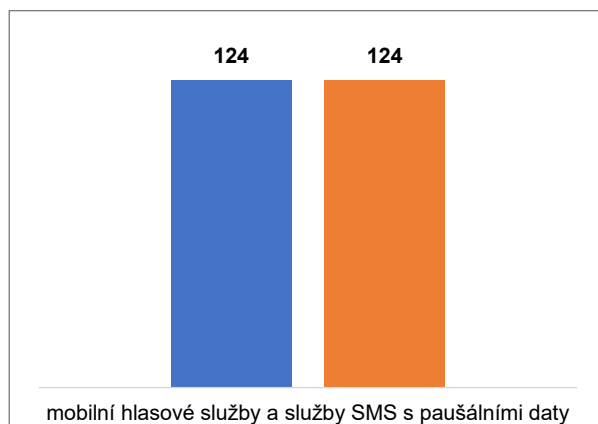
739 Opačná situace je u nabídky produktů mobilních služeb ze strany síťových operátorů,
740 kdy až 91 % produktů obsahuje nabídku paušálních datových služeb a jenom 9 % produktů
741 nabízí výhradně hlasové služby a služby SMS s mobilními daty ad hoc. Dodatečné datové
742 balíčky po vyčerpání obsažených dat je možné dokoupit až k 73 % nabízených produktů.
743 Obsažená data ve výši více než 10 GB obsahuje až 44 produktů, z nichž je 37 mobilních tarifů
744 s daty, 3 produkty mobilního internetu a 4 produkty předplacených karet. Neomezené datové
745 balíčky jsou nabízeny při 12 produktech.

746



747
748
749
750
751

Graf 13 Počet produktů s mobilními hlasovými službami a službami SMS s mobilními daty ad hoc k 31. srpnu 2021
Zdroj: ČTÚ, webové stránky mobilních operátorů



753
754
755
756

Graf 14 Počet produktů s mobilními hlasovými službami a službami SMS s paušálními mobilními daty k 31. srpnu 2021
Zdroj: ČTÚ, webové stránky mobilních operátorů

757 Produkty mobilních služeb s cenou do 200 Kč²⁶ (včetně) jsou charakteristické nabídkou
758 v průměru obsahující 130 minut, 10 volných SMS a 20 MB dat s možností doobjednání dalších
759 dat s datovým limitem v průměru do 1 500 MB měsíčně. Mobilní operátoři mají v nabídce 129
760 takových produktů, přičemž až 99 % připadá na produkty virtuálních operátorů.

761 Produkty mobilních služeb od 200 Kč do 500 Kč (včetně) jsou charakteristické
762 nabídkou v průměru obsahující 460 minut, 310 volných SMS a 160 MB dat s možností
763 doobjednání dalších dat s datovým limitem v průměru do 560 MB měsíčně. Mobilní operátoři

²⁶ V dokumentu je v grafech použito pro Korunu českou (Kč) i alternativní mezinárodní označení (kód) CZK.

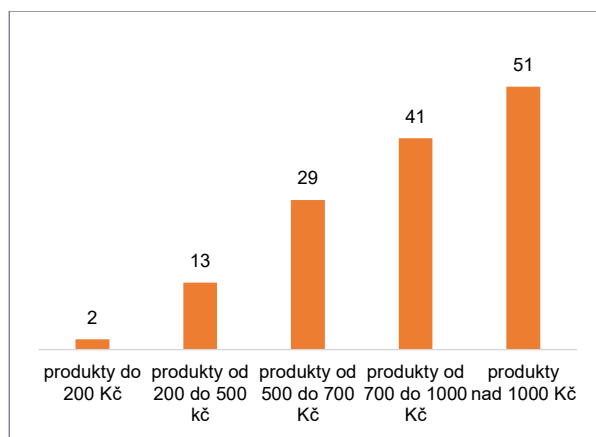
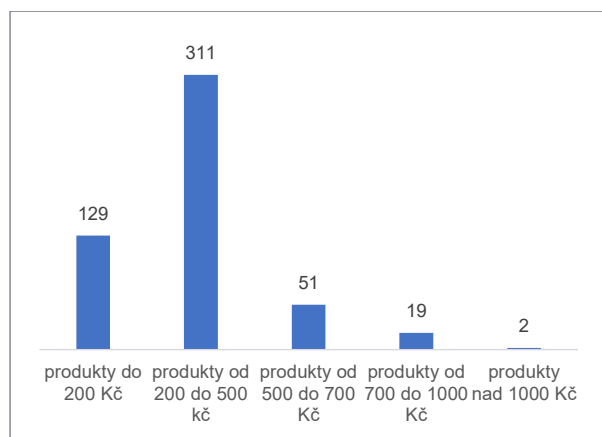
764 mají v nabídce 318 takových produktů, přičemž až 96 % připadá na produkty virtuálních
765 operátorů.

766 Produkty mobilních služeb od 500 Kč do 700 Kč (včetně) jsou charakteristické
767 nabídkou v průměru obsahující 3 600 minut, 3 000 volných SMS a 2 300 MB dat s možností
768 doobjednání dalších dat s datovým limitem v průměru do 480 MB měsíčně. Mobilní operátoři
769 mají v nabídce 77 takových produktů, přičemž až 65 % připadá na produkty virtuálních
770 operátorů a 35 % připadá na produkty mobilních síťových operátorů.

771 Produkty mobilních služeb od 700 Kč do 1 000 Kč (včetně) jsou charakteristické
772 nabídkou v průměru obsahující 4 800 minut, 4 500 volných SMS a 8 600 MB dat s možností
773 doobjednání dalších dat s datovým limitem v průměru do 840 MB měsíčně. Mobilní operátoři
774 mají v nabídce 57 takových produktů, přičemž až 67 % připadá na produkty mobilních síťových
775 operátorů.

776 Produkty mobilních služeb od 1 000 a výše Kč jsou charakteristické nabídkou v
777 průměru obsahující 6 750 minut, 6 560 volných SMS a 39 000 MB dat s možností doobjednání
778 dalších dat s datovým limitem v průměru do 870 MB měsíčně. Mobilní operátoři mají v nabídce
779 52 takových produktů, přičemž až 98 % připadá na produkty mobilních síťových operátorů.

780



781
782
783
784

Graf 15 Struktura produktů mobilních služeb virtuálních operátorů podle ceny k 31. srpnu 2021
Zdroj: ČTÚ, webové stránky mobilních operátorů

785
786
787
788

Graf 16 Struktura produktů mobilních služeb mobilních síťových operátorů (MNO) podle ceny k 31. srpnu 2021
Zdroj: ČTÚ, webové stránky mobilních operátorů

789

790

791 Srovnání produktů mobilních služeb podle typu mobilního operátora ukazuje, že
792 virtuální operátoři zpravidla nejsou konkurenceschopní u balíčků obsahující objem dat nad
793 1,9 GB měsíčně. Pokud se jedná o nabídku dat v rámci produktů mobilních služeb, mobilní
794 síťoví operátoři nabízejí v rámci produktů stejné cenové kategorie v průměru až 10krát více
795 volných dat než virtuální operátoři.

796 Nabídky virtuálních operátorů se v závislosti na síťovém operátorovi, v jehož síti
797 virtuální operátor funguje liší v průměrných hodnotách obsažených dat, hlasu a SMS.
798 V průměru nejatraktivnější nabídky pro virtuální operátory jsou zaznamenány v rámci produktů
799 mobilních služeb poskytovaných v síti T-Mobile Czech Republic a.s., následují produkty v
800 rámci sítě O2 Czech Republic a.s., a nakonec produkty poskytované v síti Vodafone Czech
801 Republic a.s. Tyto rozdíly jsou však dány typem virtuálních operátorů, kteří v jednotlivých sítích
802 působí, nikoliv rozdílem ve velkoobchodních nabídkách jednotlivých síťových operátorů.
803 Ačkoliv dochází k rozdílným průměrným hodnotám velikosti balíčků, lze konstatovat, že
804 virtuální operátoři hostující v sítích všech síťových operátorů poskytují produktově poměrně
805 homogenní služby, tj. balíčky dat, hlasu a SMS na maloobchodním trhu.

806 Z průzkumu produktů jednoznačně vyplývá, že maloobchodní trh mobilních služeb je
807 na nabídkové straně tvořen produkty (tarify), **které obsahují hlasové služby a služby SMS**
808 **v omezeném i neomezeném rozsahu s možností využití internetu v mobilu, dále**
809 **produkty s internetem v mobilu v omezeném a neomezeném rozsahu s možností využití**
810 **hlasových služeb a služeb SMS a produkty s hlasovými službami, službami SMS a**
811 **internetem v mobilu v omezeném nebo neomezeném rozsahu.**

812 Z hlediska možné substituce produktů, poskytovatelé služeb mobilních komunikací
813 poskytují prostřednictvím mobilních komunikačních sítí 3 základní typy služeb odlišující se
814 komponenty služeb (hlasové služby, služby SMS/MMS a datové služby), u kterých jsou
815 v daném tarifu zahrnuty:

- 816 • mobilní tarif bez dat,
- 817 • mobilní tarif s daty,
- 818 • mobilní internet.

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

830 Mobilní tarif s daty zpravidla obsahuje určitý objem minut volání, počet SMS/MMS a dat
831 a/nebo FUP pro některý nebo všechny z komponentů tarifu. Typicky je v případě tohoto typu

²⁷ 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.

832 tarifu omezení FUP uplatňované na hlasový komponent („neomezená volání“) a v některých
833 případech i na datový komponent („neomezená data“).

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

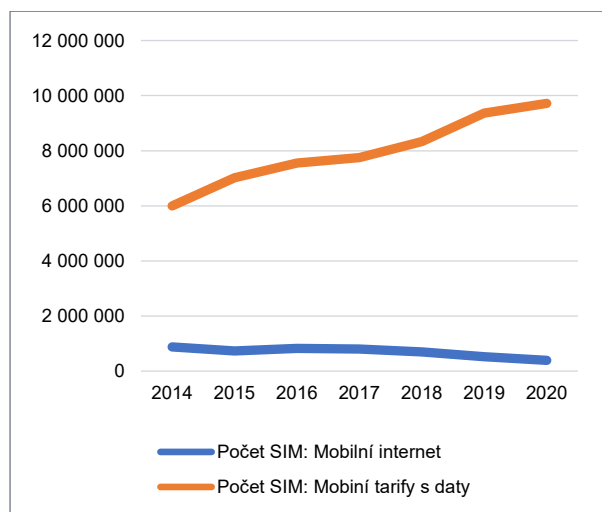
839 V současnosti se na trhu začínají objevovat také tarify s výrazně větším (v řádu typicky
840 GB nebo desítek GB) objemem obsažených dat. Tyto tarify jsou cíleny především na inovativní
841 zákazníky na maloobchodním trhu, kteří přesouvají celou nebo významnou část své hlasové
842 a SMS/MMS komunikace z tradičních služeb mobilního operátora na aplikace. Podle studie
843 AMI Digital Index 2021²⁸ využívá denně internetové sociální sítě v ČR 76 % populace
844 a celkově je to 80 % populace. 75 % z nich využívá pro komunikaci aplikaci Messenger od
845 společnosti Facebook a 57 % z nich využívá aplikaci WhatsApp od téže společnosti. Dalšími
846 využívanými aplikacemi jsou Skype od společnosti Microsoft (21 %) a Viber (13 %). Všechny
847 4 uvedené aplikace umožňují prostřednictvím datové komunikace jejich uživatelům
848 komunikovat mezi sebou prostřednictvím hlasu v reálném čase a také prostřednictvím zpráv,
849 které kromě textu mohou obsahovat i multimediální obsah (obrázky, video, hlas). I vzhledem
850 k vysoké penetraci těchto aplikací v ČR je potřeba datové komunikace pro zákazníky
851 mobilních telekomunikačních služeb na maloobchodním trhu v ČR v současnosti
852 a budoucnosti zásadní. Další studií, která tuto potřebu zákazníků dokumentuje, je i studie
853 „Česká digitální domácnost“ od společnosti KPMG z roku 2021.

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

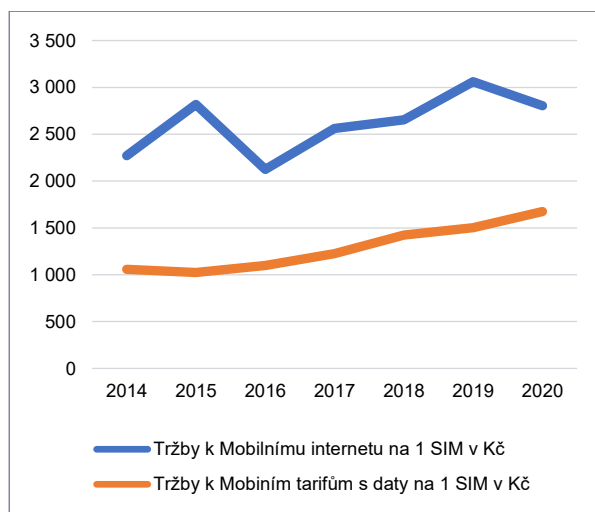
859 Všechny zkoumané služby (tarify) v této kategorii, které jsou na maloobchodním trhu
860 v rámci pokrytí daného operátora v ČR nabízeny, neobsahují geografickou limitaci, tj. je možno
861 služby mobilního internetu využít na celém území ČR. Neobsahují také limitaci (párování) na
862 konkrétní zařízení,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

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

²⁸ Zdroj: <https://amidigital.cz/ami-digital-index-2021/>



Graf 17 Vývoj počtu SIM karet mobilního internetu a mobilních tarifů s daty za rok
Zdroj: ČTÚ, 2021



Graf 18 Vývoj tržeb z prodeje produktů mobilního internetu a mobilních tarifů s daty na 1 SIM kartu za rok
Zdroj: ČTÚ, 2021

868
869
870
871

872
873
874
875

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

882 Mobilní telekomunikační služby lze také členit podle způsobu úhrady za ně na
883 maloobchodním trhu na:

- 884 • fakturované služby,
- 885 • předplacené služby.

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

889 V případě předplacených služeb zákazník může služby konzumovat jedině v případě,
890 že má tyto služby předplacené formou kreditu. V poslední době se na trhu v ČR prosazuje také
891 automatické dobíjení kreditu, např. prostřednictvím platební karty²⁹. Vzhledem k tomuto vývoji
892 tak rozdíl mezi fakturovanými službami a předplacenými službami postupně zaniká a není
893 důvod pro účely této analýzy mezi těmito dvěma kategoriemi služeb rozlišovat.

894 Kromě výše uvedených služeb bylo zvažováno zařazení také dalších služeb do
895 vymezení relevantního trhu jako je mobilní tarif bez možnosti využití dat (tj. mobilní tarify pouze
896 s SMS a hlasem) a mobilní tarif pouze s daty bez možnosti využití hlasu a/nebo SMS. Obě
897 služby byly z vymezení trhu vyloučeny na základě skutečnosti, že u nich nevyšel kvantitativní
898 SSNIP test a také na základě posouzení kvalitativního SSNIP testu v rámci hloubkové analýzy
899 produktového mixu na trhu v České republice. Co se týče mobilních tarifů bez možnosti využití
900 dat, lze si všimnout konstantního poklesu. Tato skutečnost tak naznačuje rostoucí preferenci
901 koncových uživatelů, kdy upřednostňují mobilní tarify obsahující i datové služby, k čemuž
902 přispívá také skutečnost, že síťoví operátoři již mobilní tarify bez dat aktivně nenabízejí. ČTÚ
903 proto dospěl k závěru, že mobilní tarify bez dat nejsou z důvodu odlišných vlastností a

²⁹ Např. <https://www.vodafone.cz/predplacene-karty/> nebo <https://www.o2.cz/osobni/platebni-karta>

904 požadavků zákazníků substitutem pro mobilní tarify s daty a k těmto tarifům by zákazníci
905 nepřecházeli ani v případě, že by došlo k malému ale významnému zvýšení ceny tarifů s daty
906 (více v kapitole 2.1.3 v úvahové části SSNIP testu). S ohledem na výše uvedené lze
907 předpokládat, že tento trend bude pokračovat a na mobilním trhu budou stále více dominovat
908 tarify zahrnující mobilní datové služby, a proto tarify bez dat v souladu s principem výhledové
909 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.

910 **2.1.3 SSNIP test**

911 Pro ověření vymezení relevantního trhu na základě průzkumu trhu byl provedený
912 kvantitativní test hypotetického monopolisty (SSNIP test), který představuje standardní rámec
913 pro vymezení relevantního trhu. Jinými slovy, SSNIP test je odpovědí na otázku, zda jsou
914 poskytovatelé mobilních služeb na určitém území omezení při stanovení ceny existujícími
915 konkurenčními překážkami. Mezi překážky, které poskytovatelům brání stanovit libovolnou
916 výši ceny za své služby, patří zejména nahraditelnost na straně poptávky a zaměnitelnost na
917 straně nabídky.

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

926 Dle metodiky testu hypotetického monopolisty, v případě, že vlastní cenová elasticita
927 produktu je nízká, naznačuje to, že produkt nečelí blízkému substitutu v rámci zkoumání.

928 Znamená to dále, že zvýšení ceny o 5-10 % hypotetickým monopolistou na tomto trhu by pro
929 něj bylo ziskové, a proto by tento produkt měl být považován za oddělený trh. Opačná situace
930 nastává, pokud je elasticita vysoká. Takový výsledek značí, že spotřebitelé mají dostupný
931 blízký substitut a nárůst ceny by pro hypotetického monopolistu nepředstavoval zisk. Tyto
932 substituty by proto měly být pokládány za součást širšího trhu.

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

938 V případě mobilního tarifu s daty je důvodní předpoklad, že by hypotetický monopolista
939 byl schopen ziskově zvýšit cenu mobilních služeb. Tento předpoklad je možné odůvodnit
940 dosavadním průběhem vývoje objemu celkových tržeb za hlasové služby, služby SMS a
941 datové služby a objemu hlasových služeb a služeb SMS, celkového počtu aktivních SIM karet
942 a průměrnými tržbami za hlasové služby, služby SMS a datové služby na 1 SIM kartu.

943 Objem celkových tržeb za hlasové služby, služby SMS a datové služby se v
944 sledovaném období zvýšil o 5,32 %, celkový počet aktivních SIM karet se v sledovaném období
945 zvýšil o 5,01 % a průměrná výše tržeb za mobilní služby na 1 aktivní SIM kartu se zvýšila o
946 0,3 %.

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

951

	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
Průměrné tržby za hlasové služby, služby SMS a datové služby na 1 SIM kartu	2 785 Kč	2 621 Kč	2 559 Kč	2 577 Kč	2 636 Kč	2 666 Kč	2 793 Kč

Tabulka 4 Podklady pro výpočet vlastní cenové elasticity po hlasových službách, službách SMS a datových službách
Zdroj: Zdroj: ČTÚ, 2021

952
953

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

959 ČTÚ doplňuje, že byla testována elasticita také jednotlivých složek fokálního produktu,
960 tj. hlasu, dat a SMS. Kvantitativní SSNIP test těchto jednotlivých složek potvrdil, že tyto složky
961 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 %.

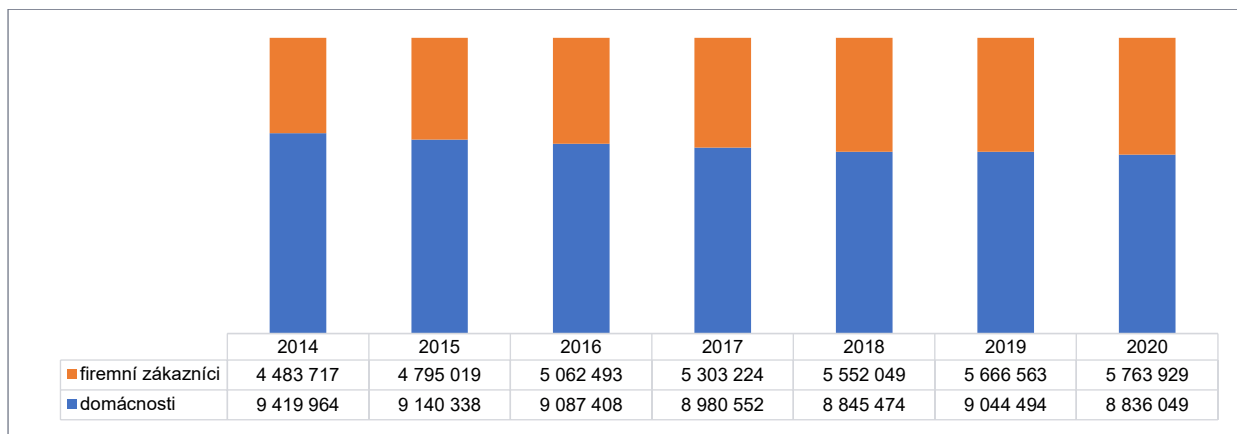
Relevantním maloobchodním trhem z produktového hlediska je tedy trh hlasových služeb, služeb SMS a datových služeb. Fokálním produktem je tarif, který umožňuje koncovému zákazníkovi využívat hlasové služby, SMS a data (přístup k internetu).

962
963

2.1.4 Hodnocení produktového vymezení trhu z pohledu zákaznické segmentace

964 Dalším krokem vymezení relevantního maloobchodního trhu je posouzení vhodnosti
965 segmentace maloobchodního trhu mobilních služeb. Cílem segmentace trhu je seskupení
966 koncových zákazníků podle společných vlastností a specifických charakteristik. Podle
967 Doporučení Komise (EU) 2020/2245 ze dne 18. prosince 2020 o relevantních trzích produktů
968 a služeb v odvětví elektronických komunikací, které mohou podléhat regulaci ex ante podle
969 směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2018/1972, kterou se stanoví evropský kodex
970 elektronických komunikací (dále jen „Doporučení“), důležitými segmenty trhu elektronických
971 komunikací je hromadný trh a podnikový trh.

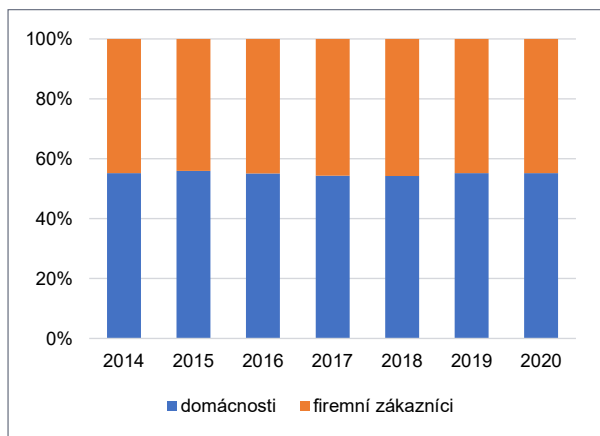
972 Ve smyslu výše uvedeného Doporučení byly hodnoceny 2 segmenty maloobchodního trhu, a
973 to na segment domácností a segment firemních zákazníků.



974
975
976

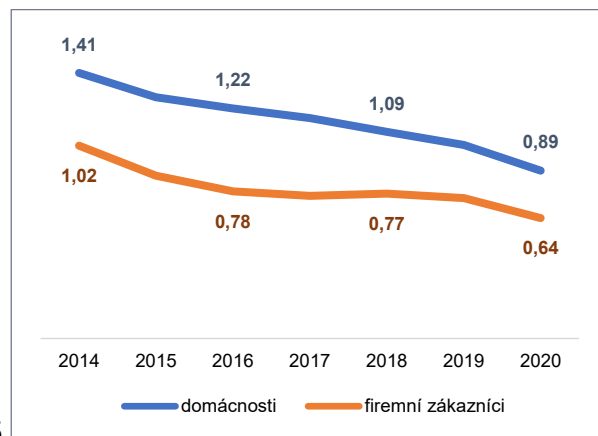
Graf 19 Segmentace trhu s mobilními službami z hlediska počtu aktivních SIM karet
Zdroj: ČTÚ, 2021

977 Více než 60 % trhu s mobilními službami, z pohledu počtu aktivních SIM karet, tvoří
978 domácnosti. Počet SIM karet domácností však kontinuálně klesá, a to v průměru o 1 % ročně.
979 Naopak, růst počtu SIM karet zaznamenává segment firemních zákazníků, a to na úrovni
980 4,3 % ročně.



981
982
983
984

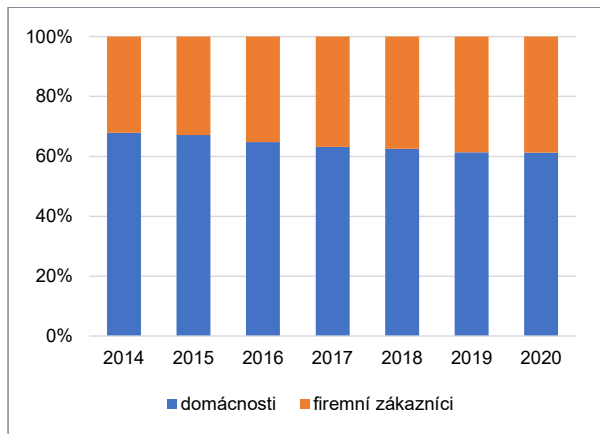
Graf 20 Segmentace trhu z hlediska počtu provolaných minut
Zdroj: ČTÚ, 2021



985
986
987
988

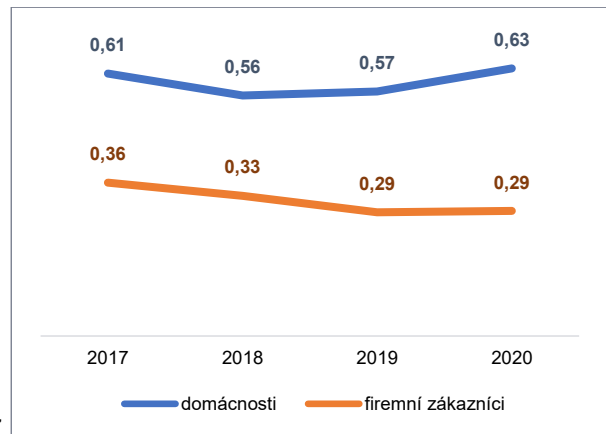
Graf 21 Průměrná maloobchodní cena za 1 minutu hlasových služeb v Kč
Zdroj: ČTÚ, 2021

989 Obdobně jako při počtu aktivních SIM karet, podíl domácností na hlasových službách
990 tvoří v průměru 55 % celkového objemu využívaných hlasových služeb při jednotkové ceně za
991 minutu, která je v průměru o 45 % vyšší než v případě firemních zákazníků. Využívání
992 hlasových služeb v přepočtu na 1 SIM kartu ukazuje v průměru o 42 % vyšší intenzitu na
993 straně firemních zákazníků oproti domácnostem.



994
995
996

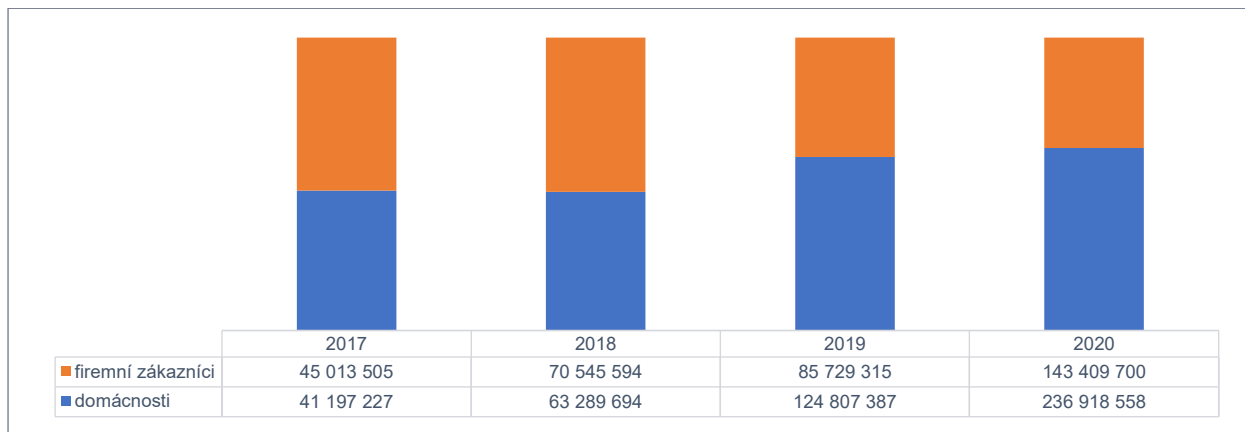
Graf 22 Segmentace trhu z hlediska počtu SMS
Zdroj: ČTÚ, 2021



997
998
999

Graf 23 Průměrná maloobchodní cena za 1 SMS v Kč
Zdroj: ČTÚ, 2021

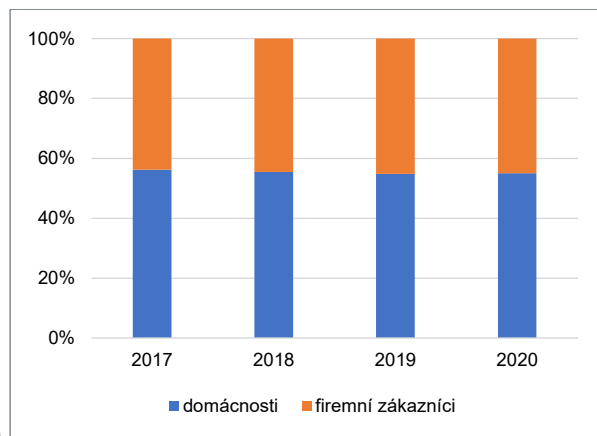
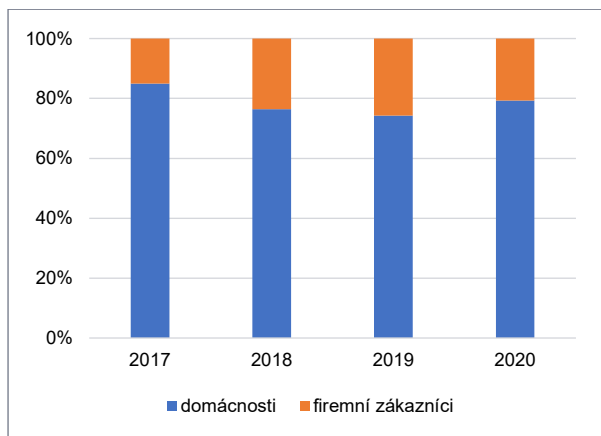
1000 V případě služeb SMS na maloobchodním trhu jednoznačně dominují domácnosti
1001 s průměrným podílem až 64 % při maloobchodní ceně za 1 SMS vyšší až o 88 % oproti cenám
1002 pro firemní zákazníky. Intenzita využívání služeb SMS je mezi domácnostmi a firemními
1003 zákazníky vyrovnaná.



1004
1005
1006

Graf 24 Segmentace trhu s mobilními službami z hlediska objemu přenesených dat za rok v GB
Zdroj: ČTÚ, 2021

1007 Při srovnání objemu přenesených dat prošel maloobchodní trh doslova malou revolucí,
1008 protože od roku 2017 došlo ke kvantitativnímu růstu, kumulativně na úrovni 340 %, s
1009 průměrnou meziroční dynamikou na úrovni 64 %. Současně došlo ve sledovaném období
1010 k zásadnímu zvýšení podílu domácností na objemu přenesených dat, a to z úrovně 48 %
1011 v roce 2017 až k 62 % podílu domácností v roce 2020.



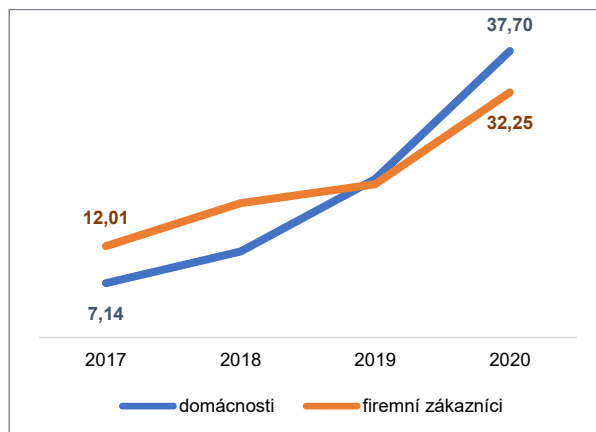
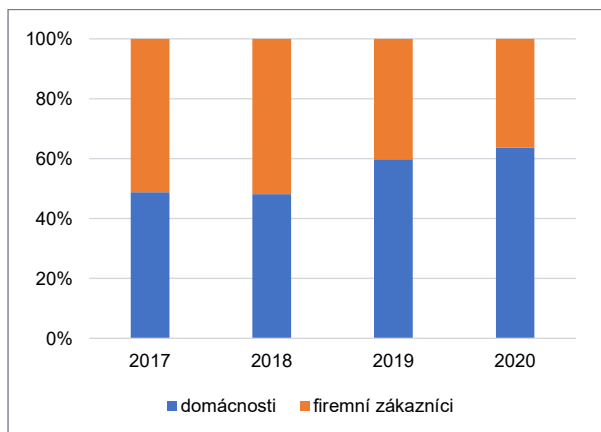
1012
1013
1014
1015

Graf 25 Segmentace trhu z hlediska počtu SIM s mobilní tarifem s daty ad hoc
Zdroj: ČTÚ, 2021

1016
1017
1018
1019

Graf 26 Segmentace trhu z hlediska počtu SIM s mobilní tarifem s paušálními daty
Zdroj: ČTÚ, 2021

1020 Vývoj v objemu přenesených dat kopíruje i srovnání počtu aktivních SIM karet
1021 s mobilním tarifem s daty, kde v případě ad hoc dat jednoznačně dominují domácnosti
1022 s podílem 79 % a v případě paušálních dat s podílem 55 %.



1023
1024
1025
1026

Graf 27 Segmentace trhu z hlediska objemu přenesených dat za rok v rámci mobilního tarifu s daty
Zdroj: ČTÚ, 2021

1027
1028
1029
1030

Graf 28 Objem přenesených dat v GB na 1 SIM s mobilním tarifem s daty za rok
Zdroj: ČTÚ, 2021

1031 Vývoj v posledních letech redefinoval průměrného zákazníka hromadného trhu
1032 (domácnosti), protože v rámci mobilního tarifu s daty domácnosti ještě v roce 2017 přenesly
1033 pouze 37 % dat z celkového objemu přenesených dat, v roce 2020 to bylo až 64 % dat
1034 z celkového objemu přenesených dat. Spotřeba přenesených dat průměrného zákazníka
1035 hromadného trhu (domácnosti) vzrostla z 7,14 GB za rok na 37,7 GB za rok. Jde o absolutně
1036 bezprecedentní nárůst, jelikož spotřeba dat průměrného firemního zákazníka rostla ve
1037 sledovaném období o 40 % ročně a typického zákazníka hromadného trhu (domácnosti) až
1038 o 75 % ročně.

Dílčí závěr k segmentaci maloobchodního trhu:

Segmentace trhu s mobilními službami na domácnosti (hromadný trh) a firemní zákazníkovi 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.

1039

2.1.5 Územní vymezení maloobchodního trhu

1040

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

1041

1042

- oblast pokrytá sítí (v praxi tato oblast odpovídá hranicím oblasti, ve které má provozovatel provozní povolení);

1043

1044

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

1045

1046

1047

Mobilní operátor získává provozní oprávnění k poskytování mobilních služeb na území České republiky. A také, potenciální územní rozsah aktivních komunikačních činností je omezen působností zákona o elektronických komunikacích a souvisejících právních předpisů na Českou republiku.

1048

1049

1050

1051

Pokrytí ČR signálem 2G přesahovalo podle informací MNO v 8/2021 99 %³⁰ obyvatelstva. Pokrytí 4G sítí v ČR přesáhlo u všech tří MNO 90 % obyvatelstva ČR³¹.

1052

1053

Na základě analýzy všech 139 poskytovatelů mobilních služeb v ČR³² lze konstatovat, že žádný z poskytovatelů mobilních služeb v ČR nabídku svých mobilních služeb neomezuje jenom na specifické části území ČR. Tento závěr platí i v případě poskytovatelů mobilních služeb z kategorie virtuálních operátorů (MVNO), kteří disponují vlastní a/nebo pronajatou pevnou telekomunikační infrastrukturou, prostřednictvím které poskytují pevné telekomunikační služby, zejména připojení na internet nebo TV služby (tzv „3-play“ produkty). V případě, že tyto „regionální“ poskytovatelé poskytují služby pevné a mobilní komunikace v balíku, jsou tyto balíky v jejich nabídce limitovány na geografické území, které pokrývají pevnou telekomunikační infrastrukturu. Tržní podíl uvedených „regionálních“ poskytovatelů na maloobchodním trhu mobilních komunikací stagnuje a v roce 2020 nepřesáhl 3,72 % (měřeno počtem SIM) nebo 2,72 % (měřeno výnosy), přičemž v počtu SIM a ve výnosech jsou započítány všechny SIM a všechny výnosy z mobilních služeb – bez ohledu na to, zda je uvedená SIM poskytována, nebo uvedený výnos dosáhnout – v balíku služeb s pevným internetem a TV. Proto je možné z tohoto pohledu konstatovat, že v ČR neexistuje striktně

1054

1055

1056

1057

1058

1059

1060

1061

1062

1063

1064

1065

1066

³⁰ Zdroje: www.o2.cz, www.t-mobile.cz, www.vodafone.cz

³¹ Zdroje: www.o2.cz, www.t-mobile.cz, www.vodafone.cz

³² viz Graf 32

1067 regionální nabídka mobilních služeb, a tedy územní vymezení trhu dle této metodiky je celé
1068 území ČR.

1069 Významným aspektem při posuzování územního vymezení trhu je také konzumace
1070 nabízených a poskytovaných mobilních služeb. Z technické povahy všech nabízených
1071 mobilních služeb v ČR lze konstatovat, že jsou zákazníci konzumováni na celém území ČR.
1072 Ani ze strany poskytovatelů mobilních služeb není tato konzumace technicky a ani smluvně
1073 omezována.

1074 Na základě analýzy 663 veřejně nabízených služeb všech mobilních operátorů je
1075 možné konstatovat, že tyto mobilní služby jsou na celém území ČR poskytovány za stejných
1076 cenových podmínek, tj. geografická poloha pokrytí služby a/nebo konzumace služby není
1077 cenovým diferenciatorem. Soutěžní podmínky na celém území ČR tak lze považovat za
1078 dostatečně homogenní. Územním vymezením maloobchodního trhu mobilních služeb je tedy
1079 území celé ČR.

1080 Na základě analýzy podmínek velkoobchodních smluv uzavřených mezi MNO a MVNO
1081 v ČR je možné konstatovat, že výše uvedená kritéria pokrytí (dostupnosti), konzumace a ceny
1082 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.

1083 **2.1.6 Časové vymezení maloobchodního trhu**

1084 Jak ČTÚ uvádí v části analýzy týkající se dočasnosti a naléhavosti – relevantní trh
1085 i ukládaná nápravná opatření ČTÚ jsou uvažována v časovém horizontu do konce roku 2023.

Dílčí závěr k časovému vymezení maloobchodního trhu:

Vzhledem k výše uvedenému je časový rámec pro definování a analýzu velkoobchodního trhu stanoven do konce roku 2023, do doby, kdy je možno reálně očekávat dopady opatření nastavených v rámci aukce kmitočtů 700 MHz na trh.

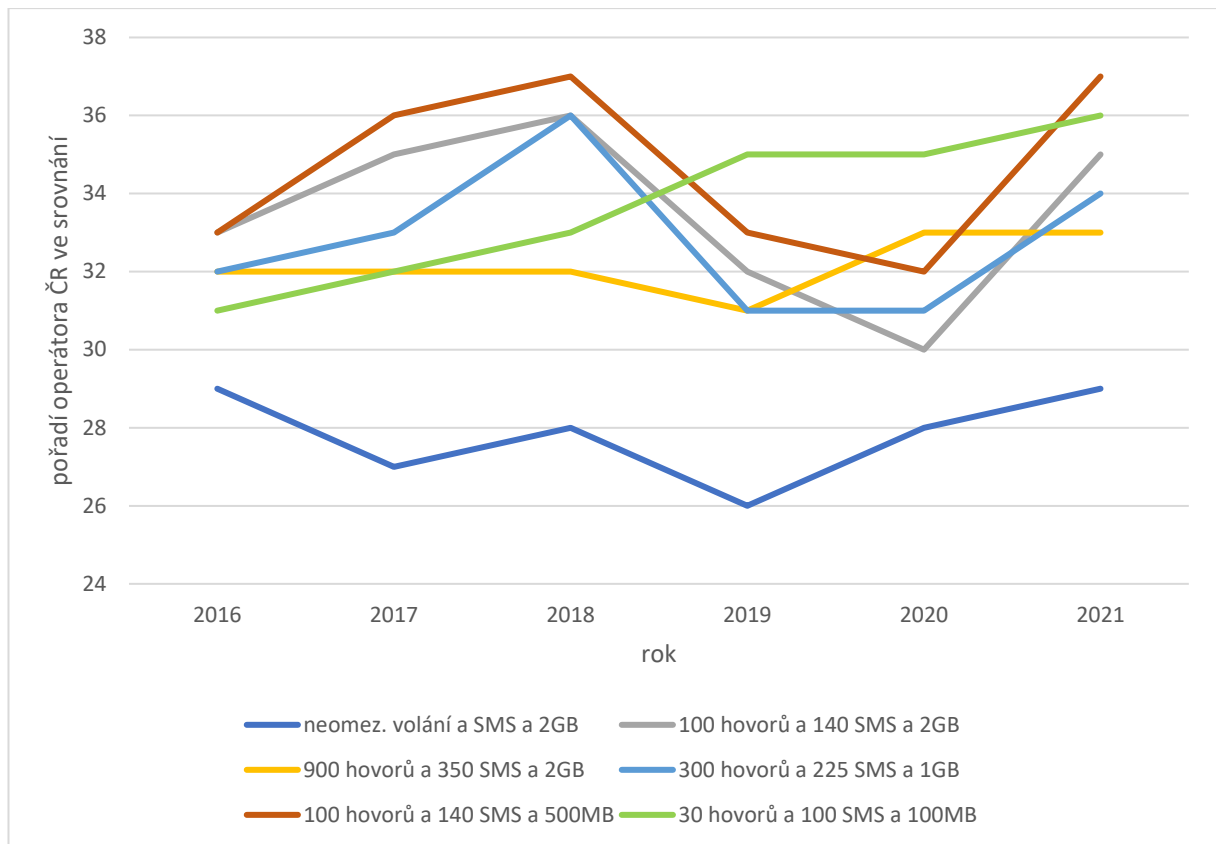
1086 **2.1.7 Mezinárodní srovnání**

1087 Věcné, časové i územní vymezení maloobchodního trhu mobilních služeb, tak jak je
1088 uvedeno v této analýze, je podpořeno také recentními studiemi renomovaných společností,
1089 jak je uvedeno níže.

1090 Relevantní maloobchodní trh, který zahrnuje mobilní hlasové služby, služby SMS a
1091 internet v mobilu, má své charakteristiky, které ho definují a zároveň určují jeho rámec.

1092 Určující charakteristikou z hlediska maloobchodní poptávky je dostupnost nabízených
1093 mobilních služeb. Podle studie společnosti KPMG s názvem „Česká digitální domácnost –

1094 Operátor budoucnosti³³, jejíž základ tvořily data z nezávislého průzkumu provedeného
 1095 koncem roku 2020 na vzorku 1 000 respondentů z České republiky, kteří měli doma pevné
 1096 připojení k internetu nebo využívají mobilní data, pokud jde o mobilní hlasové služby a služby
 1097 SMS, pro všechny respondenty jde o samozřejmou komoditu.



1098
 1099
 1100

Graf 29 Pozice mobilního operátora v mezinárodním srovnání zemí OECD
 Zdroj: OECD – TELIGEN, 2021

1101 Mobilní hlasové služby a služby SMS ale patří v ČR mezi poměrně drahé komodity,
 1102 což vyplývá z porovnání zemí OECD, a Česko obvykle patří mezi 40 % zemí s nejvyšší cenou
 1103 za tyto služby v rámci celého světa. Průzkum OECD v roce 2020 také ukázal, že ČR patří mezi
 1104 32 % zemí s nejvyšší cenou mobilních hlasových služeb a služeb SMS na světě. Navíc, pokles
 1105 cen za tyto služby je nižší, než je průměr zemí OECD. To je mimo jiné patrné z výše uvedeného
 1106 grafu se srovnáním spotřebních košů mobilních služeb v rámci OECD za rok 2021. Z
 1107 uvedeného je patrné, že v roce 2021 se pozice ČR mezi srovnávanými zeměmi ještě zhoršila,
 1108 když téměř ve všech spotřebních koších mobilních služeb došlo ke zhoršení pozice ČR.

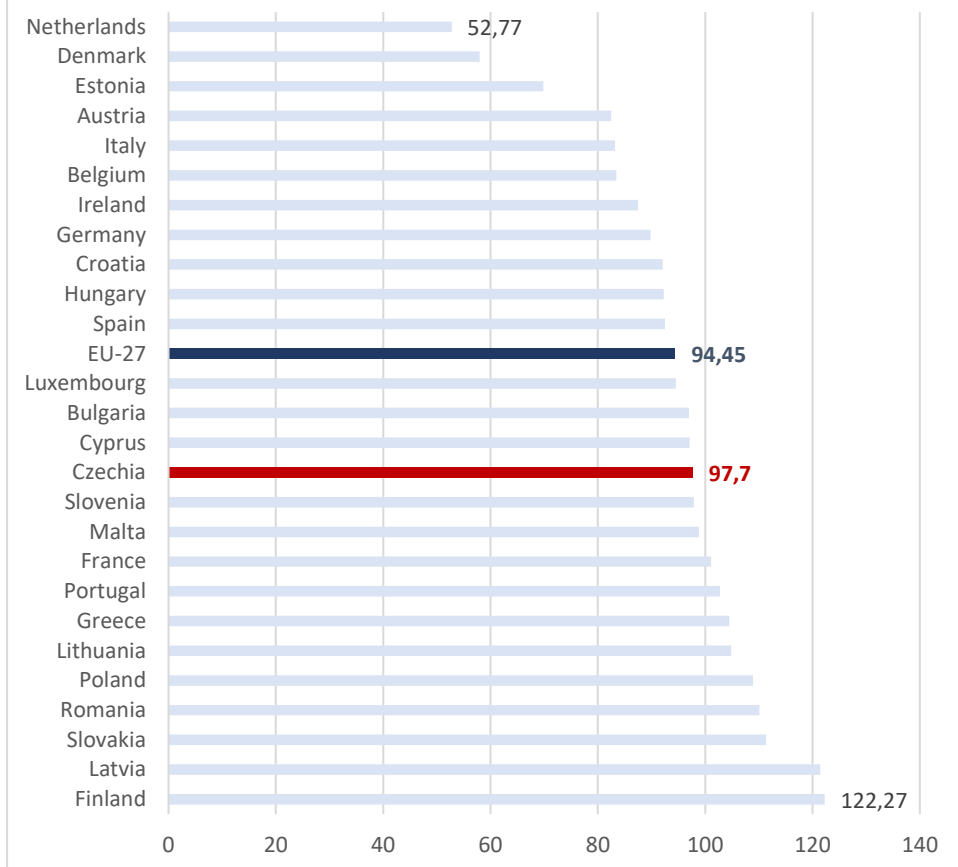
1109 ČR také patří k zemím, ve kterých ceny mobilních komunikačních služeb klesaly
 1110 pomaleji, než je průměr EU.

³³ Zdroj: https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/cz/pdf/KPMG_Ceska_digitalni_domacnost_2018.pdf

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]"



1111

1112
1113

Graf 30 Pozice ČR v mezinárodním srovnání zemí EU v poklesu cen mobilních komunikačních služeb
Zdroj: Eurostat

1114 Dle dostupných mezinárodních srovnání cen za mobilní služby patří ČR k zemím s
1115 nejdražšími mobilními službami minimálně v rámci EU-27 (viz srovnání Cable.co.uk a OECD
1116 Teligen). Jedná se o dlouhodobý znak českého mobilního trhu. Vstup MVNO na český trh měl
1117 zvýšit konkurenci a vytvořit reálnou alternativu pro část efektivní poptávky po mobilních
1118 službách v ČR. Navzdory těmto cílům musíme konstatovat, že potenciál MVNO v současném
1119 tržním prostředí se nenaplnil, čehož důkazem je neuspokojivý cenový vývoj v oblasti mobilních
1120 služeb.

1121 Měření harmonizovaného indexu cen metodikou EUROSTAT (HICP) pro bezdrátové
1122 telefonní služby ukazuje, že ceny mobilních služeb klesají nejen v ČR, ale i v dalších 16 zemích
1123 EU-27. Konkrétně, úroveň cen bezdrátových telefonních služeb v ČR v prosinci 2021 poklesla
1124 oproti roku 2015 jen o 2,3 %, zatímco v zemích EU-27 ceny bezdrátových telefonních služeb
1125 v prosinci 2021 poklesly oproti roku 2015 o 5,6 %, přičemž rekordní pokles byl zaznamenán v
1126 Nizozemsku na úrovni 47 %.

1127 V ČR tedy klesají ceny mobilních služeb z nejvyšších úrovní v rámci EU-27 a zároveň
1128 o polovinu pomaleji, než je průměr v zemích EU-27.

1129 Protože průzkum v rámci studie KPMG a následné analytické zpracování jeho výsledků
1130 prokázalo, že mobilní hlasové služby a služby SMS vnímají respondenti jako velmi podobné a
1131 hlavní rozdíly v nabídkách pozorují hlavně při mobilních datových službách, je nezbytné
1132 popsat zvlášť i vývoj mobilních datových služeb.

1133 Studie KPMG prokázala, že s dynamickým vývojem „chytrých“ mobilních telefonů se
1134 značná část aktivit na internetu přesouvá právě do mobilních datových služeb. Konkrétní
1135 závěry z této studie jsou následující:

- 1136 • přibližně třetina respondentů využívá mobilní datové služby na sledování filmů, TV a
1137 seriálů;
- 1138 • více než polovina respondentů využívá mobilní datové služby na nákupy, platby a
1139 internet banking;
- 1140 • více než tři čtvrtiny respondentů využívá mobilní datové služby pro online komunikaci,
1141 vyhledávání informací a aktivity na sociálních sítích.

1142 Z 1 000 oslovených respondentů má 637 aktivní datový balíček s průměrnou spotřebou
1143 4 GB (na SIM s aktivními daty). Necelých 9 % datujících uživatelů má neomezená data a jako
1144 důvod nejčastěji uvádějí, že nechtějí neustále hlídat spotřebu. Až 63 % z respondentů, kteří
1145 mají neomezené balíčky, uvedlo, že omezené balíčky jim už nestačily a až 59 %, že data
1146 v mobilu využívá jako náhradu pevného připojení.

1147 V této souvislosti studie KPMG uvádí, že náchylnost ke změně mobilního operátora
1148 roste se spotřebou dat. Zatímco z respondentů, kteří data v mobilu nevyužívají, plánuje změnu
1149 9 %, u respondentů s balíčkem nad 1 GB je to téměř dvojnásobek, tedy 17 %.

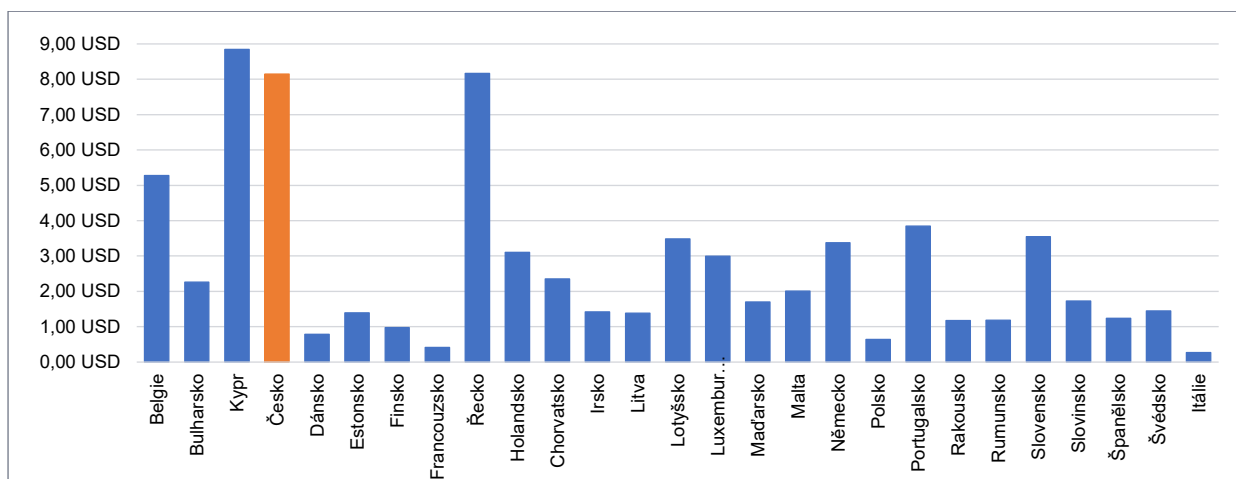
1150 Současně však studie prokázala, že přibližně 20 % obyvatel České republiky nemá
1151 přístup k mobilním datovým službám z důvodu jejich ceny a také, že cena za mobilní data
1152 a samotný objem dostupných dat jsou důležitými aspekty při rozhodování o nákupu produktu
1153 mobilních služeb pro více než 80 % respondentů.

1154 Uvedené závěry potvrzuje analýza společnosti Cable.co.uk, která je nezávislou
1155 společností registrovanou ve Velké Británii, která již přes deset let provozuje celosvětový
1156 porovnávač podmínek poskytování produktů širokopásmových, televizních, pevných
1157 a mobilních balíčků od předních britských a světových poskytovatelů širokopásmového
1158 připojení, televize, telefonních a mobilních služeb.

1159 Analýza „Worldwide Mobile Data Pricing 2021“ mapovala cenu mobilních datových
1160 služeb ve 230 zemích, přičemž použila následující metodiku:

- 1161 • veškerá shromážděná data o cenách mobilních datových služeb platí pro SIM karetní
1162 tarify, které obsahují i mobilní hlasové služby a služby SMS, stejně jako čisté datové
1163 tarify určené do tabletů nebo notebooků;
- 1164 • v prvním kroku byly shrnuty všechny nabídky poskytovatelů mobilních datových
1165 služeb jednotlivě za každou zemi a až následně byl z těchto dat za každou zemi
1166 určený průměrný produkt;
- 1167 • pokud poskytovatel mobilních datových služeb nabízí identické produkty, ovšem s
1168 různými doplňky a akčními nabídkami nebo byla identifikována rozdílná cenová

- 1169 úroveň podle regionu v rámci jedné země, do sumarizace byla zahrnuta nejlevnější
1170 verze produktu;
- 1171 • do porovnání byly zahrnuty pouze produkty pro hromadný trh (domácnosti);
- 1172 • nabídky pro firemní zákazníky byly vyloučeny, a to z důvodu, že většina produktů pro
1173 firemní zákazníky je dojednávána individuálně;
- 1174 • ze stejného důvodu nebyly do sumarizace produktů zahrnuty turistické nabídky a
1175 nabídky, které umožňovaly množstevní slevy nebo slevy při využívání více typů
1176 služeb od jednoho poskytovatele;
- 1177 • v případech, kdy nabídky na produkty mobilních datových služeb nebyly veřejně
1178 dohledatelné a poskytovatelé je nabízeli osobně, telefonicky nebo e-mailem, byly ze
1179 strany realizátora této analýzy osloveni osobní poptávkou;
- 1180 • maximální počet produktů na jednu zemi byl 60, přičemž nabídky nad tento počet
1181 pravděpodobně měly zanedbatelný vliv na stanovení průměrného produktu;
- 1182 • ceny produktů byly zaznamenány v jejich inzerované měně a následně převedeny na
1183 americké dolary (USD) s cílem dosáhnout srovnatelnost výsledků;
- 1184 • v případě neomezených datových balíčků byla cena za 1 GB dat stanovena jako podíl
1185 průměrné spotřeby mobilních dat v dané zemi a ceny za daný produkt;
- 1186 • průměry spotřeby mobilních dat byly počítány jako medián ze všech zaznamenaných
1187 produktů s datovými limity;
- 1188 • přepočty cen produktů z místní měny na americké dolary byly převedeny měnovým
1189 kurzem platným ke dni 23. 3. 2021;
- 1190 • pro vyloučení všech pochybností, součástí datových podkladů pro analýzu jsou i
1191 konkrétní data získání potřebných údajů o konkrétním produktu mobilních datových
1192 služeb;
- 1193 • průměrná cena za GB dat za měsíc se vypočítá jako průměr nejlevnějšího a
1194 nejdražšího gigabajtu dat v každé zemi;
- 1195 • cena průměrného produktu za konkrétní zemi na měsíc se vypočítá na základě
1196 jednoho GB dat;
- 1197 • průměrná cena za jeden GB dat na měsíc za každou zemi se počítá jako medián cen
1198 ze zaznamenaných produktů za danou zemi.



Graf 31 Průměrná cena 1 GB dat v rámci mobilních datových služeb v USD
Zdroj: Cable.co.uk, Worldwide Mobile Data Pricing 2021

1199
1200
1201

1202 Podle výše uvedené analýzy společnosti Cable.co.uk platí zákazníci na hromadném
1203 trhu v České republice za mobilní datové služby až třetí nejvyšší ceny v rámci EU. Konkrétně,
1204 cena za 1 GB mobilních dat je v České republice o 200 % vyšší než průměr EU a téměř
1205 6násobná oproti průměru ostatních zemí V4.

Díličí 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 6násobná 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.

1206 2.2 Hodnocení míry konkurence na maloobchodním trhu

1207 V souladu s Pokyny a Metodikou analýz relevantních trhů byla následně hodnocena
1208 míra konkurence na vydefinovaném relevantním maloobchodním trhu.

1209 Nejprve byla provedena analýza konkurence z pohledu tržních podílů, jak je uvedeno
1210 níže. Dále byly při hodnocení míry konkurence vzaty v potaz další skutečnosti z trhu.

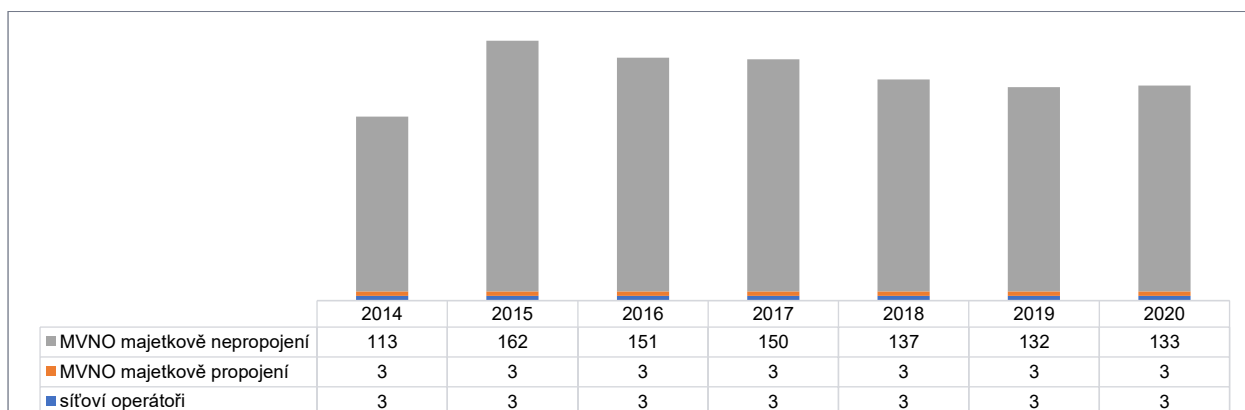
1211 Dle srovnání ceníkových maloobchodních nabídek v České republice je patrné, že
1212 virtuální operátoři nemají takový vliv, aby příznivě ovlivňovali cenovou hladinu ve prospěch
1213 spotřebitelů, zejména u mobilních tarifů s vysokým objemem dat.

1214 Ze srovnání dynamiky vývoje tržních podílů jednotlivých subjektů působících na trhu,
1215 ze kterého je zřejmá značná rozdílnost obou srovnávaných zákaznických segmentů v
1216 neprospěch segmentu domácností.

1217 V neposlední řadě je klíčové srovnání nabídek mobilních datových služeb dle ceníků
1218 operátorů v zemích EU, kdy Česká republika je v tomto ohledu hodnocena jako jedna z
1219 nejdražších zemí EU.

1220 Relevantní maloobchodní trh v České republice tvoří v současnosti celkově 139
1221 subjektů, z nichž jsou 3 subjekty v postavení síťových operátorů, 3 subjekty jsou MVNO
1222 propojenými se síťovými operátory (O2 Family, Tesco mobile a COOP mobile) a 133 MVNO,
1223 kteří nejsou propojeni se síťovými operátory. Majetková propojenost zmíněných tří virtuálních
1224 operátorů znamená, že síťoví operátoři vlastní podíl na aktivech virtuálních operátorů. Rovněž
1225 je třeba uvést, že k virtuálním operátorům majetkově nezávislým se síťovými operátory je pro
1226 účely této analýzy zařazena i společnost Nordic Telecom 5G, a.s., která dříve poskytovala
1227 dotyčné služby mobilního internetu prostřednictvím své mobilní CDMA sítě.

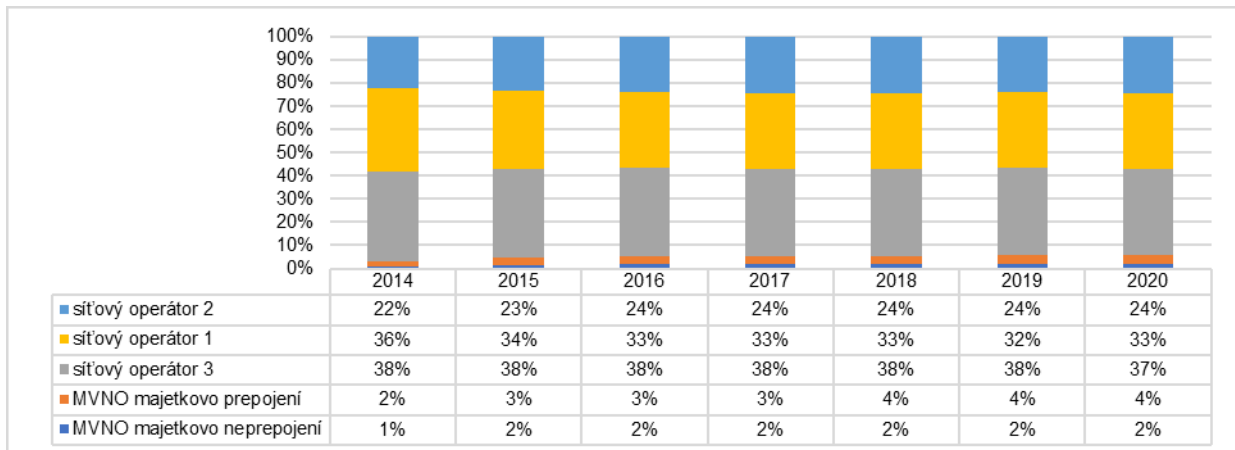
1228 Z hlediska vývoje počtu subjektů na relevantním maloobchodním trhu v čase je počet
1229 síťových operátorů a počet MVNO propojených se síťovými operátory stabilní. Dynamickým
1230 prvkem na trhu je klesající počet MVNO nepropojených se síťovými operátory. Od roku 2015,
1231 kdy došlo k masivnímu vstupu nových MVNO na trh, dochází k meziročnímu snižování počtu
1232 nepropojených MVNO průměrným tempem 4 % ročně.



1233 Graf 32 Vývoj počtu mobilních operátorů na relevantním maloobchodním trhu v České republice
1234 Zdroj: ČTÚ, 2021
1235

1236 Tržní podíly z pohledu agregovaných tržeb reprezentují kvalitativní pohled na
1237 koncentraci maloobchodního trhu mobilních služeb. Výpočet podílů za agregované tržby za

1238 činnosti v rámci mobilních služeb ukazuje, že tržní podíly síťových operátorů jsou dlouhodobě
1239 poměrně vyrovnané.



1240
1241
1242
1243

Graf 33 Tržní podíly subjektů tvořících nabídkovou stranu relevantního maloobchodního trhu – agregované tržby za činnosti v rámci mobilních služeb
Zdroj: ČTÚ, 2021

1244 O rozdělení trhu a nedostatku soutěže svědčí kromě snižujícího se počtu MVNO a
1245 dalších aspektů uvedených v této kapitole také prohlášení některých MNO. Např. manažeři
1246 skupiny PPF, vlastníka operátora O2, na prezentaci hospodářských výsledků v březnu 2020
1247 výslovně uvedli následující prohlášení, ze kterého vyplývá, že hospodářská soutěž na trhu
1248 v České republice je potlačena a trh je rozdělen mezi existující tři MNO:

1249 *"...We do not see any probable triggers for the competition to intensify... Competition in*
1250 *all our telco markets is muted to manageable, mobile markets are distributed among*
1251 *3 main players and market shares have principally stabilized. None of our relevant*
1252 *existing competitors is unreasonably aggressively competitive, nor we are*
1253 *challenged by any new entrant or 4th mobile operators which would be material*
1254 *threat to market stability..."³⁴*

Dílčí závěr k hodnocení míry konkurence na vymezeném maloobchodním trhu:

Na základě provedené analýzy 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.

1255 2.3 Vysoké zisky síťových operátorů v ČR na úkor spotřebitelů

³⁴ 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>

1256 Výše popsaná situace na trhu vede k dlouhodobě vysokým ziskům MNO z českého
 1257 trhu v porovnání s jinými evropskými trhy. MNO tyto zisky realizují díky ekonomicky
 1258 neodůvodněné vysoké úrovni maloobchodních i výši velkoobchodních cen, tedy na úkor
 1259 prospěchu koncových uživatelů. Tato skutečnost je patrná např. z porovnání provozních zisků
 1260 největších operátorů ve srovnatelných zemích regionu střední a východní Evropy, kdy
 1261 provozní zisky tří českých mobilních operátorů jsou o 25 % vyšší než např. v Rakousku nebo
 1262 Maďarsku:

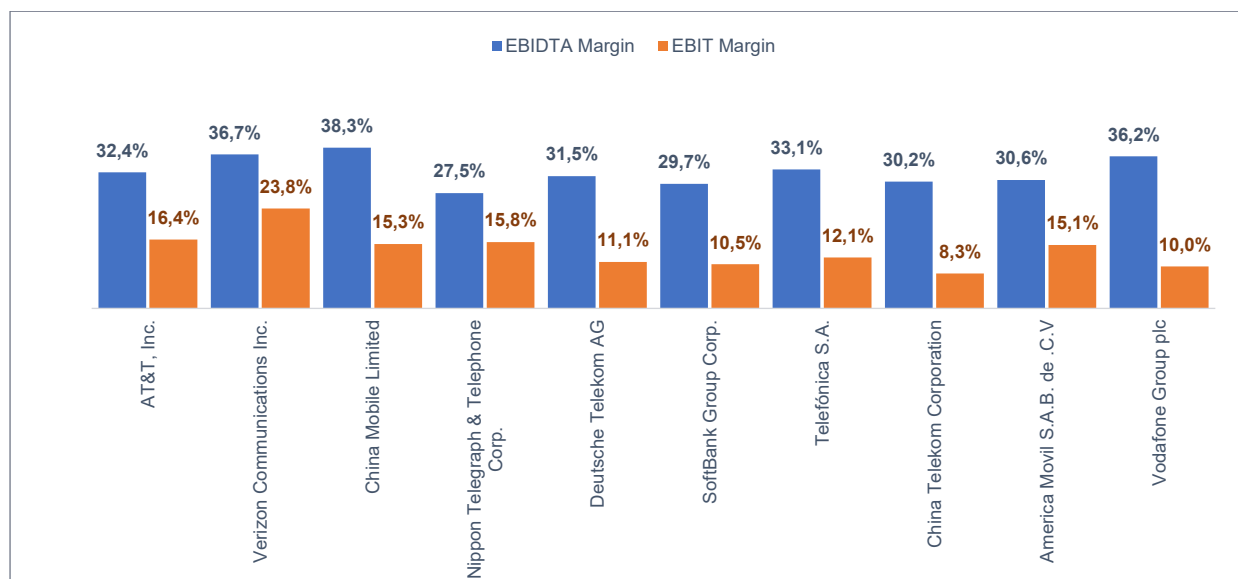
Země	Operátor	Rok	Provozní výnos (tis. EUR)	Provozní zisk – EBITDA (tis. EUR)	Provozní zisk (%)
Česká republika	CELKEM		4 010 176	1 495 638	37,3 %
	O2 Czech Republic a.s. + CETIN	2019	2 284 534	839 524	36,7 %
	T-Mobile Czech Republic, a.s.	2019	1 130 746	486 376	43,0 %
	Vodafone Czech Republic, a.s.	2018	594 895	169 738	28,5 %
Rakousko	CELKEM		4 948 886	1 511 702	30,5 %
	A1 Telekom Austria Aktiengesellschaft	2019	2 753 321	860 575	31,3 %
	T-Mobile Austria GmbH	2018	1 183 381	311 752	26,3 %
	Hutchison Drei Austria GmbH	2019	1 012 184	339 374	33,5 %
Maďarsko	CELKEM		3 260 206	963 562	29,6 %
	Mayar Telekom Telecommunications PLC	2019	2 027 203	657 402	32,4 %
	Vodafone Magyarorszak	2019	674 746	127 313	18,9 %
	Telenor Magyarorszak	2018	558 257	178 847	32,0 %

1263 Tabulka 5 Přehled provozního zisku MNO za poslední uzavřený ekonomický rok
 1264 Zdroj: Databáze Orbis, Bureau Van Dijk, A Moody's Analytic Company (ke dni 28.8.2020) a výroční zprávy operátorů

1265 Zatímco u největších českých telekomunikačních skupin, tzn. PPF Telecom Group (O2
 1266 Czech Republic+CETIN), T-Mobile a Vodafone činil provozní zisk za poslední uzavřený
 1267 hospodářský rok 1,5 mld. EUR při obratu 4,0 mld. EUR, tzn. provozní marže činila 37,3 %, na
 1268 srovnatelném trhu v Rakousku byla provozní marže největších 3 operátorů ve výši 30,5 % a v
 1269 Maďarsku dokonce jen ve výši 29,6 %. Z detailnějšího pohledu na výroční zprávu společnosti
 1270 Vodafone navíc vyplývá, že vedle dalších transakcí se spřízněnými stranami bylo podle nové
 1271 mezipodnikové smlouvy o poskytování služeb („Intercompany Agreement“) s Vodafone Group
 1272 Services Ltd. z 31.3.2017 vyplaceno mateřské společnosti 858 mil. Kč (za účetní rok
 1273 2018/2019), což činí nadstandardních 6,1 % z celkových tržeb za telekomunikační služby.³⁵
 1274 Při zohlednění obdobných nadstandardně vysokých mezipodnikových transakcí, které přímo
 1275 ovlivňují výši provozního zisku EBITDA, by provozní marže nejmenšího českého operátora
 1276 převýšila 34 %, což by v důsledku znamenalo, že tři čeští MNO generují nejvyšší EBITDA
 1277 marži (%) v porovnání se všemi ostatními operátory na srovnávaných trzích. Tento závěr
 1278 koreluje s trvale vysokými cenami mobilních služeb v České republice.

1279 Pro úplnost uvádíme, že ukazatele operátorů v Rakousku a Maďarsku svými
 1280 hodnotami nevybočují ze standardu na dalších trzích, tzn. obdobně by vyznělo srovnání
 1281 ukazatelů s jinými zeměmi EU a OECD. V kontextu k situaci na rezidentním trhu v ČR popsané
 1282 v předchozích kapitolách jsou důvody vysoké EBITDA marže u českých MNO ve srovnání s
 1283 ostatními trhy zcela zákonitě.

³⁵ Výroční zpráva Vodafone Czech Republic a.s. k 31. březnu 2020, str. 24 a 25



1284
1285
1286

Graf 34 Marže EBITDA a EBIT vybraných evropských a světových operátorů za rok 2019
Zdroj: Statista, <https://www.statista.com/statistics/1150597/ebit-ebitda-margins-telco/>, 14. 8. 2020

1287 S přihlédnutím na pronájem infrastruktury, který realizuje O2 Czech Republic, a.s. od
1288 společnosti CETIN, a.s. lze konstatovat, že minimálně O2 Czech Republic, a.s. (po eliminaci
1289 transakce s CETIN, a.s.) a T-Mobile Czech Republic, a.s. dosahují EBITDA marže přesahující
1290 40 %. Společnost Vodafone Czech Republic, a.s. dle dostupných údajů dosahuje EBITDA
1291 marže do 30 %.

1292 Pro porovnání, společnosti poskytující mobilní telekomunikační služby na vysoce
1293 konkurenčních mobilních trzích v Rakousku, Polsku nebo Maďarsku dosahují EBITDA marže
1294 na úrovni 38 % v případě Rakouska a 30 % v případě Polska a Maďarska.

1295 Relativně vysoká profitabilita MNO v ČR ve spojení s vysokými cenami
1296 maloobchodních mobilních služeb, které patří k nejvyšším v Evropě, a to zejména na velice
1297 perspektivním trhu datových služeb, indikuje prostor ke zvýšení konkurence na
1298 maloobchodním trhu v ČR.

1299 2.4 Vztah mezi maloobchodním a velkoobchodním trhem

1300 2.4.1 Replikovatelnost nabídek na maloobchodním trhu z pohledu ceny a 1301 objemu mobilních služeb

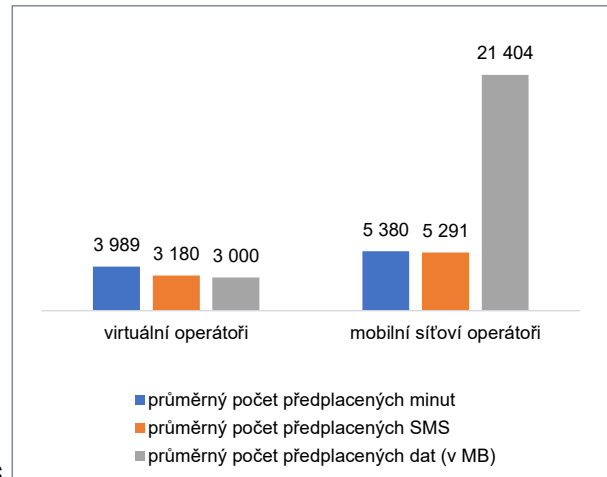
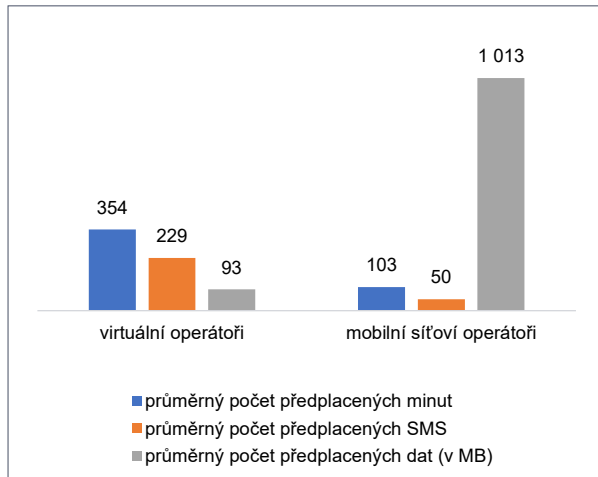
1302 Hlubkový průzkum produktů nabízených ze strany mobilních operátorů na
1303 maloobchodním trhu mobilních služeb umožnil definovat typickou skladbu produktu síťových
1304 operátorů a virtuálních operátorů, v rámci zvolených cenových hladin, z pohledu hlasových
1305 služeb, služeb SMS a služeb internetu v mobilu.

1306 Rozdíly, které srovnání typické skladby produktů síťových operátorů a virtuálních
1307 operátorů ukázalo, jsou významné. Produkty síťových operátorů v cenové hladině do 500 Kč
1308 měsíčně obsahují o 96 % méně hlasové služby, měřené počtem volných minut, také o 71 %
1309 méně služby SMS, měřené počtem volných zpráv SMS, avšak až 10násobek objemu volných
1310 dat jako produkty virtuálních operátorů.

1311 Zcela opačně tomu však je u produktů nad 500 Kč. Produkty síťových operátorů v
1312 cenové hladině nad 500 Kč měsíčně s DPH obsahují o 35 % více hlasové služby, měřené

1313 počtem volných minut, taktéž o 66 % větší objem služby SMS, měřené počtem volných zpráv
1314 SMS a až 6násobek objemu volných dat jako produkty virtuálních operátorů.

1315 Z pohledu rozdílů ve skladbě typických produktů síťových operátorů a virtuálních
1316 operátorů lze předpokládat, že důvody pro nastavení odlišných skladeb, a nastavení ceny, u
1317 virtuálních a síťových operátorů jsou odlišné. Lze předpokládat, že z ekonomického pohledu
1318 cena maloobchodních mobilních služeb síťových operátorů vychází z vlastních nákladů na
1319 výstavbu, modernizaci a údržbu síťové infrastruktury těchto operátorů. Naopak lze očekávat,
1320 že cena maloobchodních mobilních služeb virtuálních operátorů vychází z působení tržního
1321 mechanismu na velkoobchodním trhu mobilních služeb, jehož nabídku tvoří síťoví operátoři.

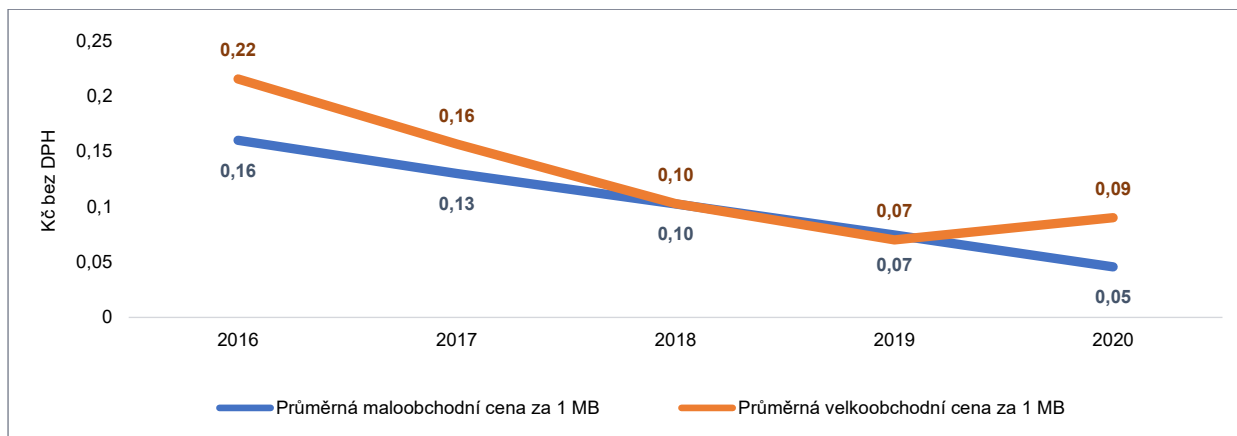


1322 Graf 35 Typický produkt do 500 Kč
1323 Zdroj: webové stránky síťových a virtuálních operátorů, 2021
1324
1325

1326 Graf 36 Typický produkt nad 500 Kč
1327 Zdroj: webové stránky síťových a virtuálních operátorů, 2021
1328
1329

1330 Lze tedy předpokládat, že základem pro stanovení ceny mobilních služeb z pohledu
1331 síťových operátorů jsou převážně fixní náklady, které zásadně nerostou s navyšováním
1332 objemu nabízených služeb, avšak agregátně jsou, oproti nákladům virtuálních operátorů
1333 zásadně vyšší. Z pohledu virtuálních operátorů zase lze předpokládat, že základem pro
1334 stanovení ceny mobilních služeb jsou převážně variabilní náklady, které rostou každou
1335 navýšenou jednotkou objemu nabízených mobilních služeb, ovšem agregátně jsou, oproti
1336 nákladům síťových operátorů, zásadně nižší.

1337 Bez přihlédnutí k případným dalším sledovaným cílům, k nimž mohou síťoví operátoři
1338 směřovat (zejména s ohledem na omezení konkurence) lze tedy předpokládat, že pro síťové
1339 operátory je důležité zvyšovat poptávku, díky čemuž dokážou dosahovat úspory z rozsahu, a
1340 pro virtuální operátory je zásadní dosahovat kladný provozní výsledek z hospodářské činnosti
1341 na každou jednotku nabízeného objemu mobilních služeb.



Graf 37 Porovnání maloobchodní a velkoobchodní průměrné jednotkové ceny 1 MB přenesených dat
Zdroj: ČTÚ, 2021

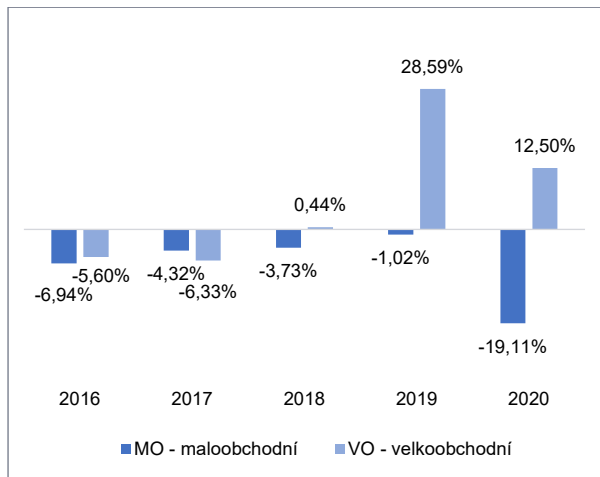
1342
1343
1344

1345 **V roce 2020 dosáhla průměrná maloobchodní cena 1 MB přenesených dat úroveň**
1346 **přibližně 0,05 Kč bez DPH a průměrná velkoobchodní cena úroveň 0,09 Kč bez DPH.**
1347 **Velkoobchodní cena tedy činila téměř dvojnásobek maloobchodní ceny.**

1348 Diferencujícím aspektem mezi nabídkami MNO a MVNO je objem dat. Cena za 1 MB
1349 přenesených dat dosahuje na velkoobchodním trhu v průměru o 30% vyšší úroveň oproti ceně
1350 vygenerované maloobchodním trhem. V praxi to znamená, že v zásadě virtuální operátoři
1351 nedokážou poskytovat datové služby při současném dosažení kladného provozního výsledku
1352 z hospodářské činnosti na každou jednotku služby.

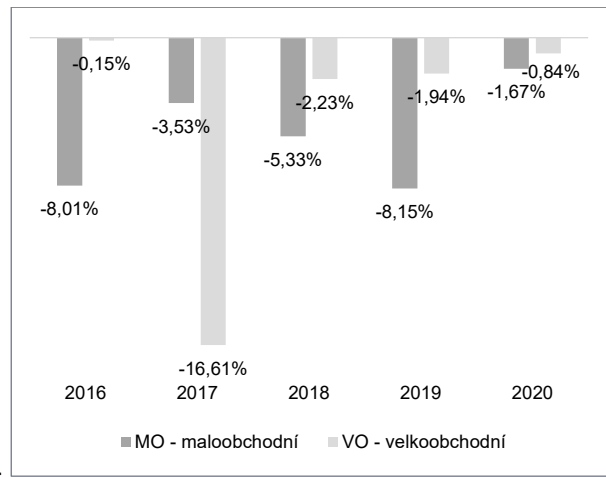
1353 Právě služby mobilních dat jsou zároveň rozdílovým ukazatelem nejen v rámci skladby
1354 produktů (tarifů), ale i celkově úspěšnosti a atraktivnosti produktů na maloobchodním trhu.
1355 Dokazuje to zejména fakt, že produkty obsahující neomezený objem služeb internetu v mobilu
1356 obsahují pouze produkty ve vyšší cenové hladině a naopak produkty obsahující neomezené
1357 hlasové služby a služby SMS jsou nabízeny i v produktech v nižší cenové hladině. Navíc
1358 rozdíly v objemu nabízených volných dat v obou cenových hladinách produktů nabízených na
1359 maloobchodním trhu jsou významné a ve prospěch síťových operátorů. V zájmu zachování
1360 exaktnosti a průkaznosti výsledků analytického zkoumání velkoobchodního a maloobchodního
1361 trhu s mobilními službami, jsou výše uvedená zjištění podrobena ověření na průkazných
1362 datových podkladech.

1363 Z pohledu statistických dat je důležité poukázat na fakt, že u významné části
1364 maloobchodního a velkoobchodního trhu dochází k rozdílné dynamice vývoje cen, což má
1365 významný vliv na konkurenční pozici tržních subjektů z pohledu atraktivnosti jejich produktů
1366 pro koncové zákazníky. Signifikantní část trhu je tvořena 3 subjekty, jejichž dynamika cen na
1367 obou trzích je analyzována jednotlivě, a v tomto případě znamená, že popsanych je více než
1368 92 až 97 % maloobchodního trhu (tj. tržní podíl síťových operátorů, plus podíl majetkově
1369 propojených MVNO) a 99,8 % velkoobchodního trhu.



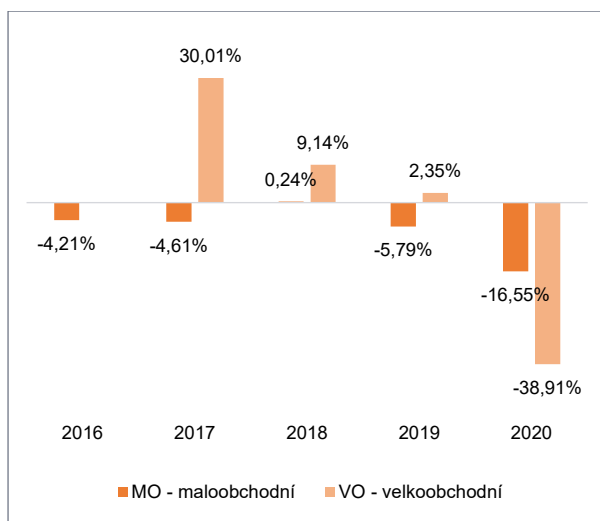
1370
1371
1372
1373

Graf 38 Meziroční změna MO a VO průměrné ceny 1 minuty volání (Operátor 1)
Zdroj: ČTÚ, 2021



1374
1375
1376
1377

Graf 39 Meziroční změna MO a VO průměrné ceny 1 minuty volání (Operátor 3)
Zdroj: ČTÚ, 2021



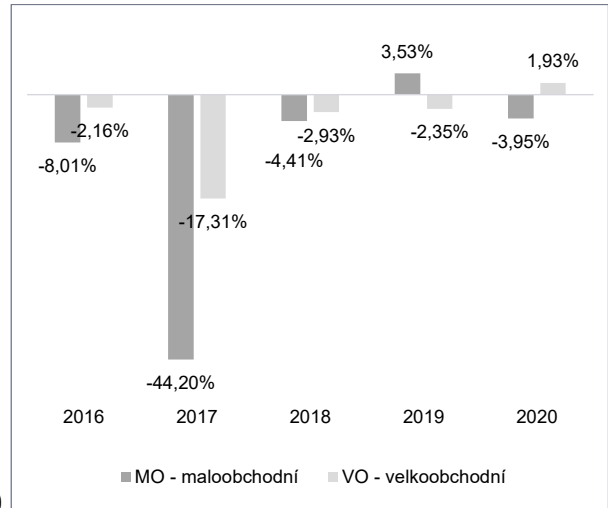
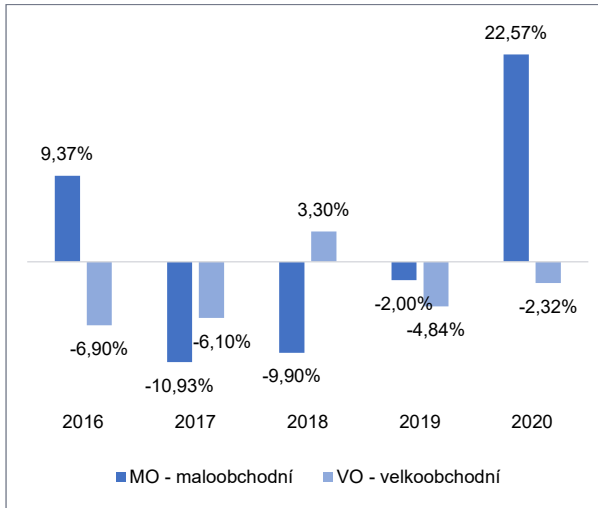
1378
1379
1380

Graf 40 Meziroční změna MO a VO průměrné ceny 1 minuty volání (Operátor 2)
Zdroj: ČTÚ, 2021

81

1382 Z pohledu hlasové služby cena za jednotku na maloobchodním trhu u všech tří
1383 operátorů klesala na maloobchodním trhu během sledovaného období rychleji než cena na
1384 velkoobchodním trhu.

1385

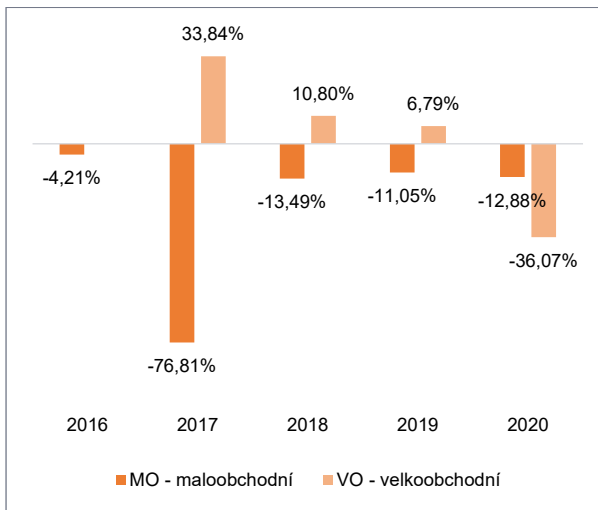


1386
1387
1388
1389

Graf 41 Meziroční změna MO a VO průměrné ceny 1 odeslané zprávy SMS (Operátor 1)
Zdroj: ČTÚ, 2021

1390
1391
1392
1393

Graf 42 Meziroční změna MO a VO průměrné ceny 1 odeslané zprávy SMS (Operátor 3)
Zdroj: ČTÚ, 2021

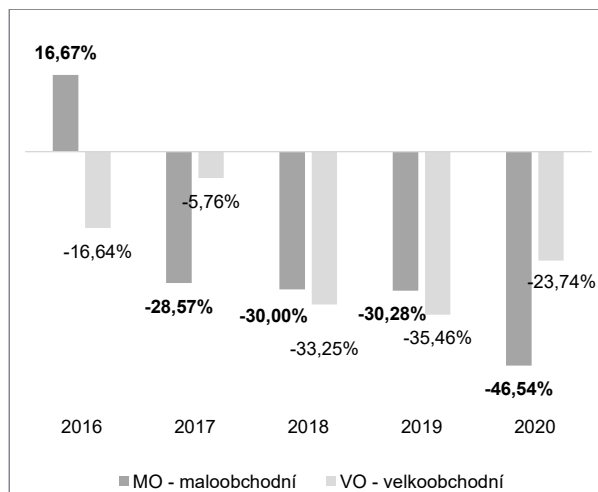
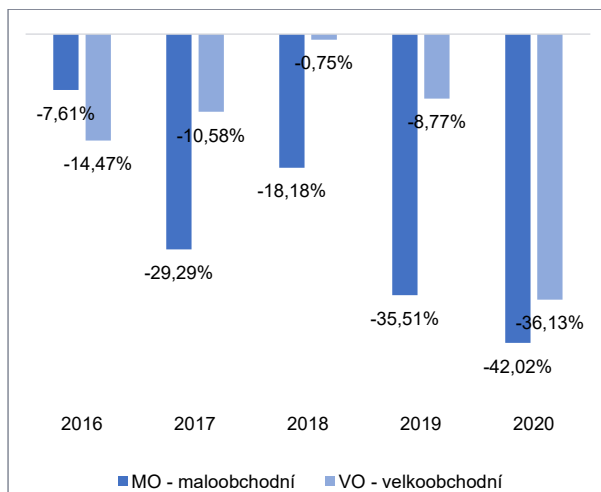


95

1394
1396
1397
1398

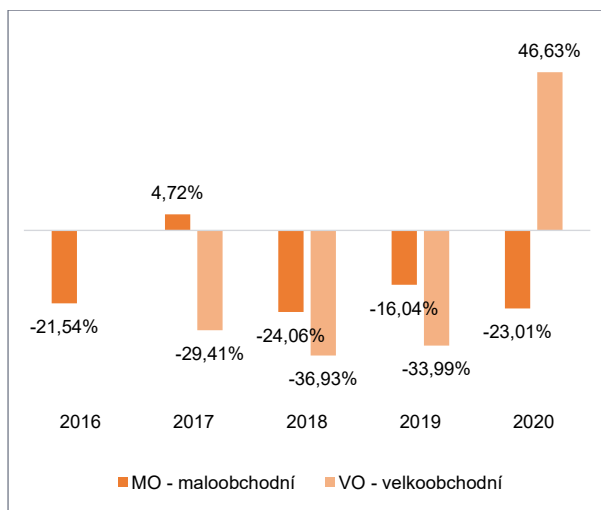
Graf 43 Meziroční změna MO a VO průměrné ceny 1 odeslané zprávy SMS (Operátor 2)
Zdroj: ČTÚ, 2021

1399 Z pohledu služby SMS, podobně jako u hlasové služby, cena za jednotku na maloobchodním trhu u všech tří operátorů klesala na maloobchodním trhu během sledovaného období rychleji než cena na velkoobchodním trhu.
1400
1401



1402 Graf 44 Meziroční změna MO a VO průměrné ceny 1 MB přenesených dat (Operátor 1)
 1403 Zdroj: ČTÚ, 2021
 1404
 1405

1406 Graf 45 Meziroční změna MO a VO průměrné ceny 1 MB přenesených dat (Operátor 3)
 1407 Zdroj: ČTÚ, 2021
 1408
 1409

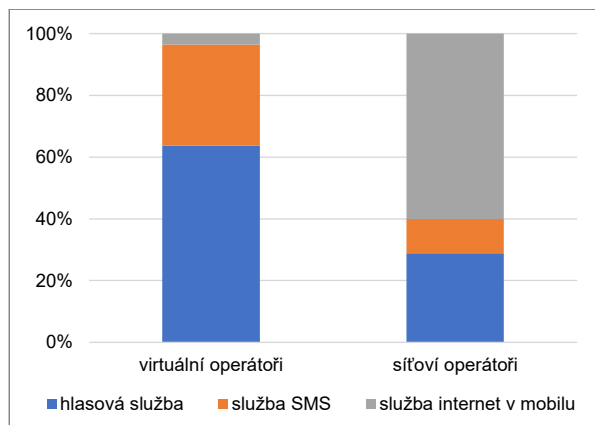
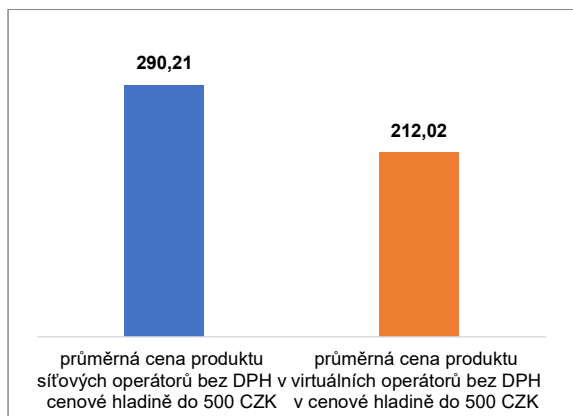


11

1410 Graf 46 Meziroční změna MO a VO průměrné 1 MB přenesených dat (Operátor 2)
 1411 Zdroj: ČTÚ, 2021
 1412
 1413
 1414

1415 Z pohledu služby internetu v mobilu, podobně jako u hlasové služby a služby SMS,
 1416 cena za jednotku u všech tří operátorů klesala na maloobchodním trhu během sledovaného
 1417 období rychleji než cena na velkoobchodním trhu.

1418



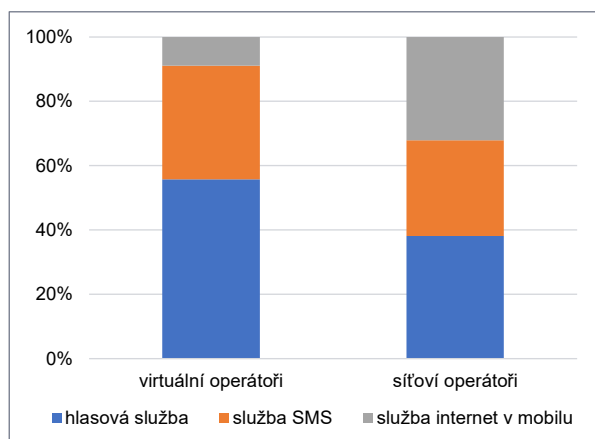
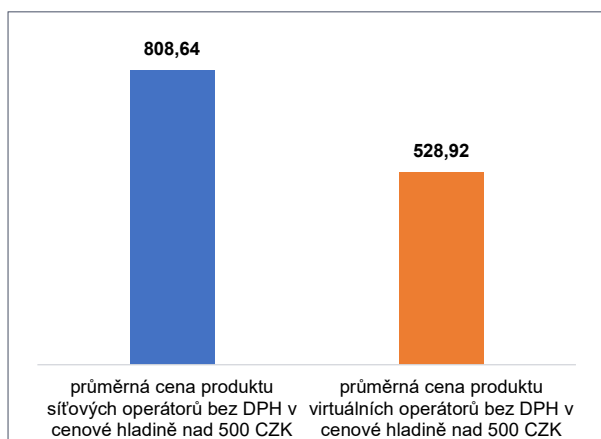
1419
1420
1421
1422
1423

Graf 47 Průměrná cena produktu v Kč bez DPH v cenové hladině do 500 Kč
Zdroj: webové stránky síťových a virtuálních operátorů, 2021

1424
1425
1426
1427
1428

Graf 48 Skladba produktů v cenové hladině do 500 Kč podle typu mobilních služeb
Zdroj: webové stránky síťových a virtuálních operátorů, 2021

1429 Průměrná cena produktů v cenové hladině do 500 Kč nabízených na maloobchodním
1430 trhu mobilních služeb ze strany virtuálních operátorů je o 27% nižší než průměrná cena
1431 produktů v cenové hladině do 500 Kč nabízených na maloobchodním trhu mobilních služeb ze
1432 strany síťových operátorů. Produkty virtuálních operátorů jsou však postaveny na vyšší
1433 nabídce volných hlasových služeb a služeb SMS a nižší nabídce zahrnutých dat.



1434
1435
1436
1437
1438

Graf 49 Průměrná cena produktu v Kč bez DPH v cenové hladině nad 500 Kč
Zdroj: webové stránky síťových a virtuálních operátorů, 2021

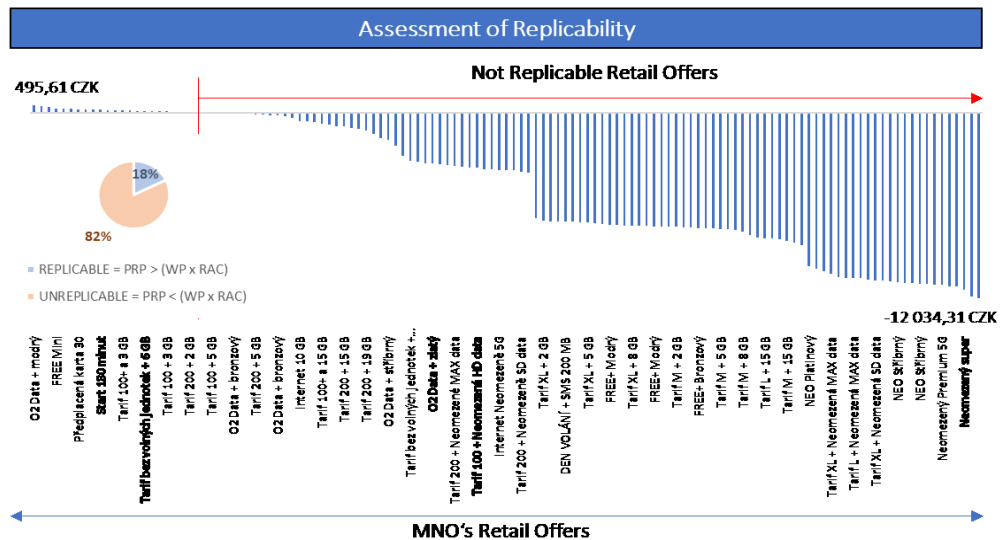
39
1440
1441
1442
1443

Graf 50 Skladba produktů v cenové hladině nad 500 Kč podle typu mobilních služeb
Zdroj: webové stránky síťových a virtuálních operátorů, 2021

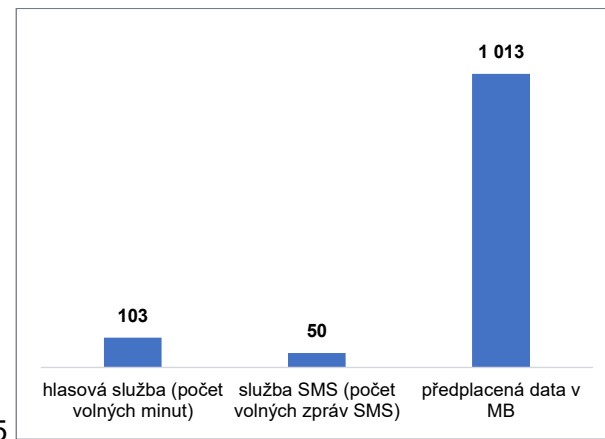
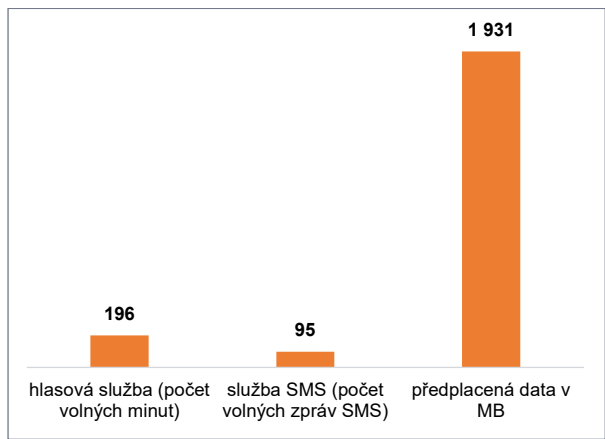
1444 Průměrná cena produktů v cenové hladině nad 500 Kč nabízených na maloobchodním
1445 trhu mobilních služeb ze strany virtuálních operátorů je o 35% nižší než průměrná cena
1446 produktů v cenové hladině nad 500 Kč nabízených na maloobchodním trhu mobilních služeb
1447 ze strany síťových operátorů. Produkty virtuálních operátorů jsou však, stejně jako u produktů
1448 v cenové hladině do 500 Kč, postavené na vyšší nabídce volných hlasových služeb a služeb
1449 SMS a nižší nabídce volných služeb internetu v mobilu.

1450 Z toho vyplývá, že u produktů nad 500 Kč nejsou MVNO schopni na základě
1451 velkoobchodních vstupů replikovat maloobchodní nabídky MNO. Objem dat v nabídkách MNO
1452 přesahuje nabídku MVNO přibližně 10krát. Tato situace na maloobchodním trhu je
1453 jednoznačně přičitatelná struktuře a podmínkám nabídek MNO na velkoobchodním trhu, které
1454 objektivně neumožňují MVNO replikovat na maloobchodním trhu nabídky MNO, zejména
1455 v cenové hladině nad 500 Kč měsíčně nebo zahrnující objem dat nad 1,9 GB.

1456 V důsledku toho nemohou MVNO konkurovat MNO na maloobchodním trhu. MVNO
 1457 nejsou schopni kopírovat maloobchodní nabídky MNO, zejména v případě tarifů s měsíční
 1458 cenou nad 500 Kč (včetně DPH) a datově náročných tarifů (1,9 GB a více dat v ceně), jak
 1459 dokládá graf níže.



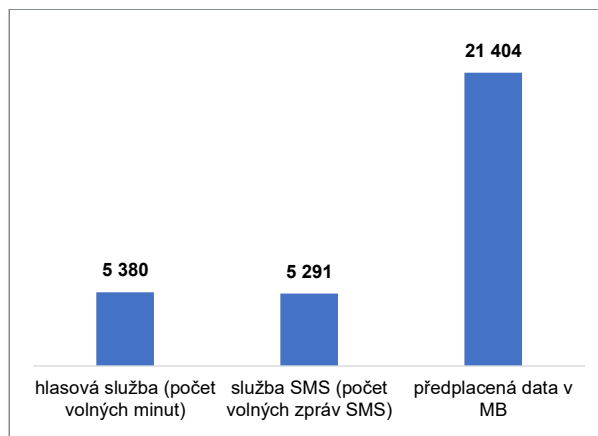
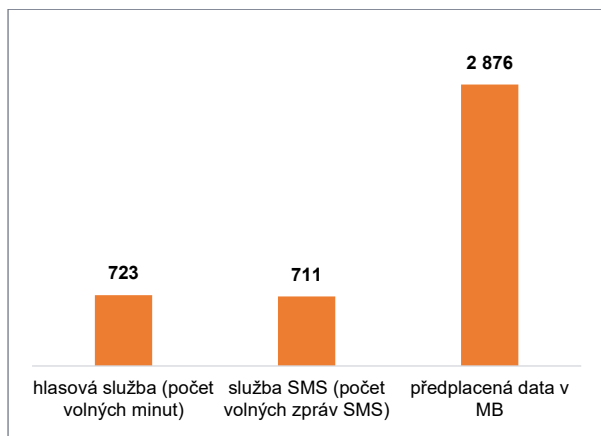
1460 Na základě průměrných cen jednotlivých typů mobilních služeb, průměrných cen
 1461 produktů nabízených na maloobchodním trhu mobilních služeb ze strany virtuálních operátorů
 1462 a síťových operátorů, jakož i na základě srovnání skladby průměrných produktů v rámci
 1463 stanovených cenových hladin, podle typu mobilní služby, je možné identifikovat hraniční
 1464 hodnoty objemů mobilních služeb dle typu ve fyzických jednotkách. Tyto mezní hodnoty
 1465 představují potenciální objemy mobilních služeb v rámci produktů virtuálního operátora
 1466 nabízených na úrovni vlastních nákladů na maloobchodním trhu mobilních služeb.
 1467



1468 Graf 51 Mezní (potenciální) objemy mobilních služeb produktů v rámci produktů virtuálního operátora v cenové úrovni do 500 Kč nabízených na úrovni vlastních nákladů na maloobchodním trhu mobilních služeb
 1469 Zdroj: webové stránky síťových a virtuálních operátorů, 2021
 1470
 1471
 1472
 1473
 1474

1475 Graf 52 Typický produkt síťových operátorů v cenové úrovni do 500 Kč nabízený na maloobchodním trhu mobilních služeb
 1476 Zdroj: webové stránky síťových a virtuálních operátorů, 2021
 1477
 1478
 1479
 1480

1481



1482
1483
1484
1485
1486
1487
1488

Graf 53 Mezní (potenciální) objemy mobilních služeb produktů v rámci produktů virtuálního operátora v cenové úrovni nad 500 Kč nabízených na úrovni vlastních nákladů na maloobchodním trhu mobilních služeb
Zdroj: webové stránky síťových a virtuálních operátorů, 2021

1489

Graf 54 Typický produkt síťových operátorů v cenové úrovni nad 500 Kč nabízený na maloobchodním trhu mobilních služeb
Zdroj: webové stránky síťových a virtuálních operátorů, 2021

1495 Datový komponent tarifů, a to zejména v objemu přesahujícím hraniční hodnotu replikovatelnosti pro MVNO (1,9 GB měsíčně), je pro soutěž na maloobchodním i
1496 maloobchodním i
1497 maloobchodním trhu klíčový. Dle studie společnosti KPMG „Česká digitální domácnost
1498 2021“³⁶ dosáhla průměrná měsíční spotřeba dat v roce 2020 2,6 GB resp. až 4 GB u zákazníků
1499 s aktivním datovým tarifem. Podle údajů Úřadu byla v roce 2020 dosáhnuta spotřeba 3,1 GB
1500 měsíčně, dle údajů OECD to bylo 3,2 GB měsíčně.

1501 Studie KPMG také definuje 2 zákaznické segmenty maloobchodního trhu, tzv.
1502 „Konzumenty obsahu“ a „Digitální premianti“, které spolu tvoří 53% podíl na trhu.

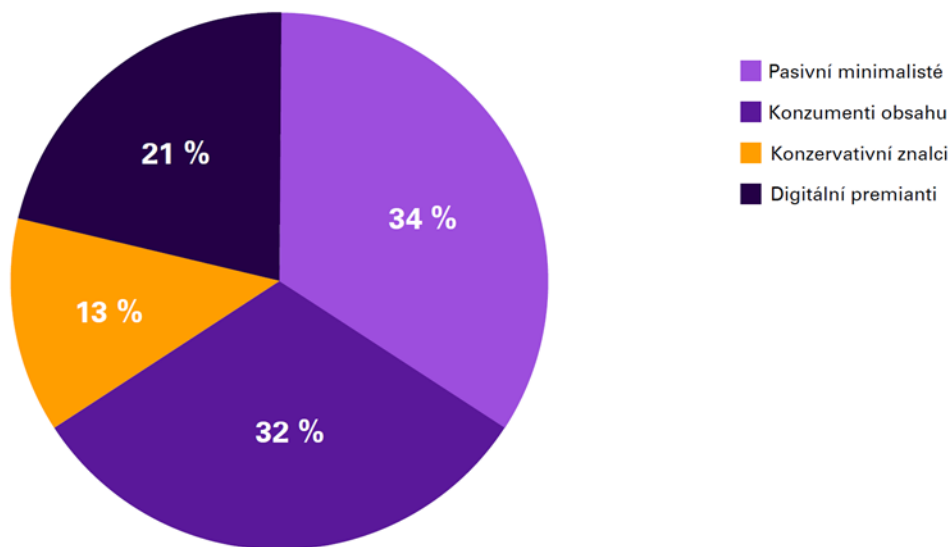
Segmentace – digitální index

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

1503
1504
1505

Obrázek 18 Segmentace zákazníků
Zdroj: Studie KPMG „Česká digitální domácnost 2021“

³⁶ Zdroj: https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/cz/pdf/20210920_telco_study_CZ_digital.pdf



1506

1507
1508

Obrázek 19 Segmentace zákazníků
Zdroj: Studie KPMG „Česká digitální domácnost 2021“

1509

Studie KPMG také popisuje chování těchto zákaznických segmentů:

1510

- Konzumenti obsahu: „...téměř polovina spotřebuje měsíčně více než 3 GB dat...“;

1511

- Digitální premianti: „...18 % respondentů spotřebuje více než 10 GB mobilních dat za měsíc...“;

1512

1513

- Pasivní minimalisté: „...nad 1 GB mobilních dat spotřebuje méně než 10 % zástupců...“;

1514

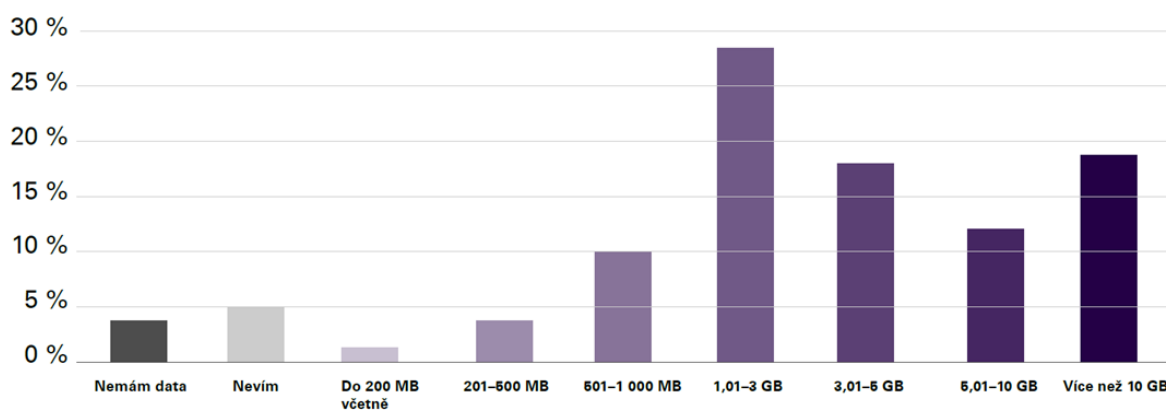
1515

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

1516

1517

DIGITÁLNÍ PREMIANTI: PRŮMĚRNÁ MOBILNÍ DATOVÁ SPOTŘEBA ZA MĚSÍC



1518

1519
1520

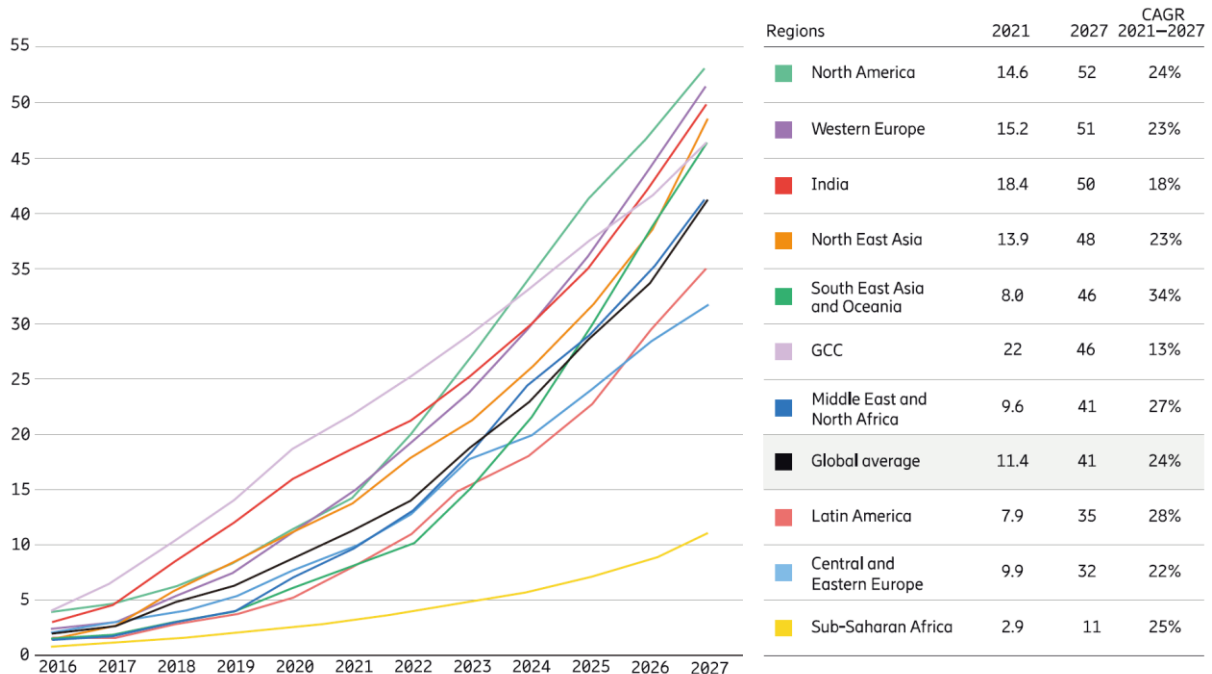
Obrázek 20 Spotřeba dat segmentu „Digitální premianti“
Zdroj: Studie KPMG „Česká digitální domácnost 2021“

1521

Vzhledem ke skutečnosti, že data o spotřebě mobilních dat v ČR jsou k dispozici pouze za období do roku 2020, přihlédl Úřad také k analýze „Mobile data traffic outlook“

1522

1523 od společnosti Ericsson³⁷. Podle této analýzy dosáhla v roce 2021 spotřeba dat na jeden
 1524 „chytrý“ telefon v roce 2021 ve střední a východní Evropě 9,9 GB měsíčně. Společnost také
 1525 odhaduje průměrný roční růst spotřeby do roku 2027 na 22 %. Dle předpovědi společnosti
 1526 Ericsson dosáhne průměrná měsíční spotřeba dat na jeden „chytrý“ telefon ve střední a
 1527 východní Evropě na konci roku 2023 přibližně 17 GB.



1528 Figure 19: Mobile data traffic per smartphone (GB per month)

1529 Obrázek 21 Spotřeba mobilních dat na jeden „chytrý“ telefon (GB za měsíc)
 1530 Zdroj: Ericsson Mobility Report 2021

1531 Na základě analýzy tarifů, kterou Úřad provedl jako součást analýzy trhu v roce 2021
 1532 (stav k 31.8.2021) je možno sumarizovat nabízené tarify do následujících skupin:

	MVNO	MNO
Hlasový komponent (minut měsíčně)	512	136
Do 100 min	306	59
100 – 200 min	116	13
200 – 300 min	15	2
300 – 500 min	15	0
Nad 500 min (bez neomezeně)	25	0
Nekonečno (FUP)	35	62

1533 Tabulka 6 Analýza tarifů nabízených na maloobchodním trhu v ČR k 31.8.2021
 1534 Zdroj: analýza ČTÚ

	MVNO	MNO
SMS komponent (SMS měsíčně)	512	136
Do 100 SMS	424	64
100 – 200 SMS	37	11
200 – 300 SMS	8	0
300 – 500 SMS	1	0
Nad 500 SMS (bez neomezeně)	12	0

³⁷ Zdroj: <https://www.ericsson.com/en/reports-and-papers/mobility-report/reports/november-2021>

1535
1536

Neomezeně (FUP)	30	61
-----------------	----	----

Tabulka 7 Analýza tarifů nabízených na maloobchodním trhu v ČR k 31.8.2021
Zdroj: analýza ČTÚ5

	MVNO	MNO
Datový komponent (dat měsíčně)	512	136
Do 100 MB	391	16
100 – 500 MB	59	1
500 MB – 1 GB	21	4
1 GB – 2 GB	17	11
2 GB – 3 GB	3	6
3 GB – 5 GB	10	18
5 GB – 10 GB	6	19
Nad 10 GB (včetně neomezeně)	5	61

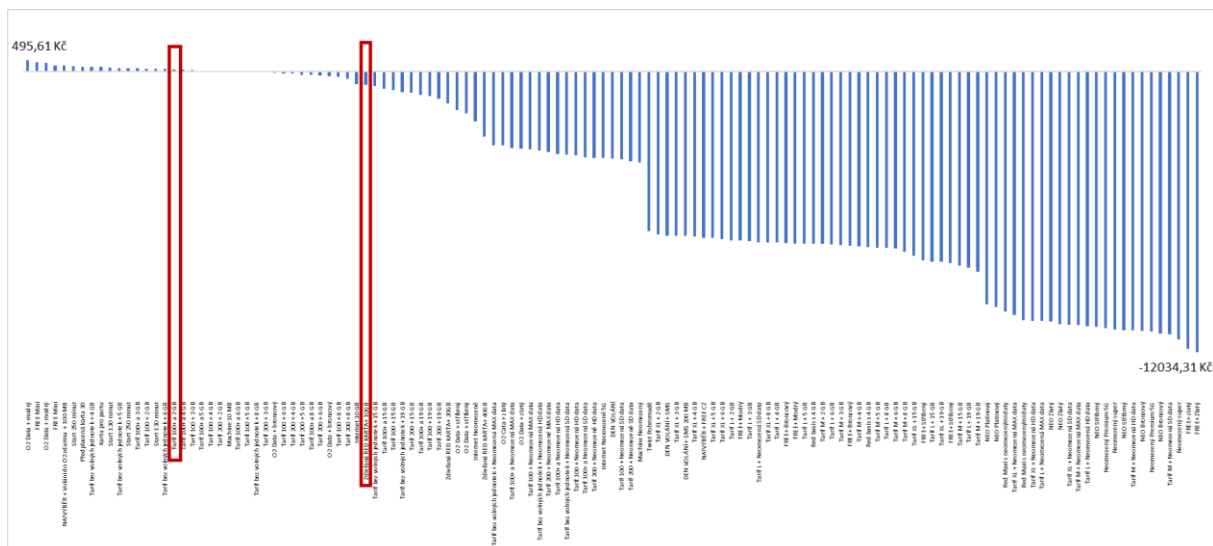
1537
1538

Tabulka 8 Analýza tarifů nabízených na maloobchodním trhu v ČR k 31.8.2021
Zdroj: analýza ČTÚ

1539 Z výše uvedeného je zřejmé, že tarify, které by pobízely zákazníky na vymezeném
1540 maloobchodním trhu k rozhodnutí o změně poskytovatele mobilních služeb, nebo o setrvání u
1541 poskytovatele mobilních služeb musí mít robustní objem dat od 2 GB výše a minimální počet
1542 minut 100 – 200, a počet SMS do 100 měsíčně. Tyto tarify zpravidla neumí MVNO profitabilně
1543 replikovat.

1544 Tarify s menším počtem jednotek nemusí být pro zákazníky neatraktivní. Na druhé
1545 straně zákazníci využívající tarify s menším počtem jednotek (a nižší maloobchodní cenou) a
1546 nevyužívající nebo málo využívající data budou zpravidla méně ochotní uvažovat o změně
1547 poskytovatele. Tyto tarify zpravidla umí MVNO profitabilně replikovat.

1548 Na základě analýzy zákaznických potřeb a konkurence schopnosti na maloobchodním
1549 a velkoobchodním trhu se proto jako vhodné jeví vytvoření minimálně 2 regulovaných
1550 velkoobchodních tarifů: RB1 (100 minut na volání do všech vnitrostátních sítí, 50 SMS do
1551 vnitrostátních sítí, 2 GB dat měsíčně) a RB2 (200 minut na volání do všech vnitrostátních sítí,
1552 50 SMS do vnitrostátních sítí, 10 GB dat měsíčně). Tyto tarify jsou zaměřené na zákazníky
1553 s nižší až střední spotřebou minut a SMS a střední až vyšší spotřebou dat. Nabídky pro tyto
1554 zákaznické segmenty v současnosti na maloobchodním trhu tvoří především MNO. Důvodem
1555 omezené a/nebo neatraktivní nabídky ze strany MVNO pro tyto zákazníky je nemožnost
1556 profitabilní replikace tarifů se středním a větším obsahem dat (a tedy také RB1 a RB2) na
1557 maloobchodním trhu:



1558

1559
1560

Graf 55 Nemožnost profitabilní replikace RB1 a RB2
Zdroj: analýza ČTÚ

1561 Správné cílení obsahu RB1 a RB2 potvrzuje i studie Evropské komise „Mobile and
1562 Fixed Broadband Prices in Europe 2020“, která byla publikována v roce 2021. Oba balíčky
1563 spadají do takové oblasti nabídek maloobchodního trhu v které je ČR hodnocena nejhorší
1564 možnou známkou 4 (drahá oblast „expensive cluster“) v celoevropském porovnání. ČR je
1565 v tomto srovnání hodnocena jako nejhorší země v porovnání.

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

1566

1567
1568

Obrázek 22 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

Závěr k (ne)replikovatelnosti nabídek na maloobchodním trhu z pohledu ceny a objemu mobilních služeb:

Z pohledu dynamiky vývoje cen na velkoobchodním trhu a maloobchodním trhu mobilních služeb a jejich vzájemného srovnání je možné konstatovat, že ceny za jednotku hlasové služby, služby SMS a služby internetu v mobilu klesaly na maloobchodním trhu rychleji než ceny na velkoobchodním trhu, což má významný vliv na konkurenční pozici tržních subjektů z pohledu atraktivity jejich produktů pro koncové zákazníky.

Na základě provedené analýzy zákaznických potřeb bylo zjištěno, že tarify, které by pobízely zákazníky na vymezeném maloobchodním trhu k rozhodnutí o změně poskytovatele mobilních služeb, nebo o setrvání u poskytovatele mobilních služeb musí mít robustní objem dat od 2 GB výše a minimální počet minut 100 – 200, a počet SMS do 100 měsíčně. Tyto tarify zpravidla neumí MVNO profitabilně replikovat.

Z pohledu zajištění plnění zákaznických potřeb na maloobchodním trhu (včetně snižování cen mobilních služeb, a to zejména datových) a udržení MVNO na maloobchodním trhu po dobu nejbližších 18 měsíců se proto jako vhodné jeví vytvoření minimálně 2 regulovaných velkoobchodních tarifů: RB1 (100 minut na volání do všech vnitrostátních sítí, 50 SMS do vnitrostátních sítí, 2 GB dat měsíčně) a RB2 (200 minut na volání do všech vnitrostátních sítí, 50 SMS do vnitrostátních sítí, 10 GB dat měsíčně), které zabezpečí profitabilní replikaci těchto tarifů ze strany MVNO na maloobchodním trhu.

1569
1570

2.4.2 Systematické časové zpoždování velkoobchodní nabídky MNO oproti jejich maloobchodní nabídce

1571 Výše popsané zaměření na maloobchodní trh a sníženou motivaci obsluhovat
1572 velkoobchodní trh dokumentuje také mechanismus fungování velkoobchodních smluv
1573 uzavřených mezi MNO a MVNO.

1574 Komerční velkoobchodní služby v současnosti v ČR poskytované ze strany MNO na
1575 velkoobchodním trhu pro MVNO jsou zpravidla na základě požadavku MNO při uzavření
1576 smlouvy s MVNO postavené na předdefinovaných balíčcích hlasu, SMS a služeb, které MNO
1577 pro MVNO na základě definice a požadavku MVNO nacení. Změnové řízení, tj. technické a
1578 komerční spuštění nových balíčků ze strany MNO pro MVNO zpravidla trvají od požadavku po
1579 nasazení 6-12 měsíců³⁸, přičemž podmínkou spuštění je dohoda MNO a MVNO na
1580 komerčních a technických parametrech balíčku, kterou není možno smluvně vynutit. To v praxi
1581 znamená, že MVNO nemají možnost flexibilně přizpůsobovat svou nabídku nejnovějším
1582 nabídkám ze strany MNO, které mají vůči nabídkám MVNO „náskok“ uvedených 6-12 měsíců.
1583 Tato skutečnost je zřejmá při analýze nabídky tarifů s daty, které jsou v současnosti klíčové
1584 v tržní soutěži o zákazníka na maloobchodním trhu (viz tabulky č. 1 až 3).

1585 Mechanismus velkoobchodních služeb MNO také neobsahuje „proaktivní“ prvek, který
1586 by umožnil MVNO reagovat na nabídku služeb (resp. konkrétní kampaně) MNO na

³⁸ Zdroj: analýza velkoobchodních smluv a odpovědí MVNO na zjišťování ČTÚ z 7/2021, vykonána IstroAnalytica Advisory s.r.o.

1587 maloobchodním trhu od „bodu 0“, tzn. spustit pro zákazníka kompetitivní nabídku ve stejný čas
1588 jako MNO a vycházejíc ze stejných nákladových podmínek. Kampaně MNO tak není možné
1589 pro MVNO ve stejnou dobu replikovat na maloobchodním trhu.

1590 **2.4.3 Nedostatek soutěže a jednostranné stanovování podmínek** 1591 **velkoobchodních smluv ze strany MNO**

1592 MVNO nemají ve vyjednávání podmínek velkoobchodní spolupráce žádnou
1593 vyjednávací pozici a podmínky těchto velkoobchodních smluvních vztahů jsou jednostranně
1594 určovány ze strany MNO.

1595 Na velkoobchodním trhu MNO navzájem nesoutěží. Dle informací ČTÚ MNO neusilují
1596 o získání MVNO jako zákazníků na velkoobchodním trhu na základě konkurenčních nabídek.
1597 MVNO musí ve většině případů spoléhat pouze na nabídku jednoho MNO, vůči kterému
1598 nemají žádnou vyjednávací pozici a musí proto akceptovat jakékoli podmínky, které tento MNO
1599 požaduje. Smlouvy mezi MNO a MVNO tak obsahují pro MVNO nevýhodná ujednání
1600 vynucená ze strany MNO, která by běžný obchodní partner ve vyrovnaném komerčním jednání
1601 na efektivně konkurenčním velkoobchodním trhu nepřijal.

1602 Například v červenci 2021 společnost T-Mobile ukončila velkoobchodní smlouvu s 12
1603 MVNO bez udání důvodu, a to na základě vynucených extrémně krátkých výpovědních lhůt,
1604 které MVNO neumožňovaly zajistit si náhradní velkoobchodní plnění od jiných MNO. Teprve
1605 po intervenci ČTÚ společnost T-Mobile výpovědní lhůty prodloužila. Přestože informace o
1606 ukončení smluv byla široce dostupná v médiích, podle zjištění ČTÚ ani jeden z těchto MVNO
1607 nedostal nabídku velkoobchodní spolupráce od konkurenčních velkoobchodních
1608 poskytovatelů, tedy ani od O2 ani od Vodafone. Dokonce ani MVNO, kteří se na O2 či na
1609 Vodafone sami proaktivně obrátili, nezískali od těchto teoreticky konkurenčních operátorů
1610 nabídku, která by jim umožnila v rámci z médií známé výpovědní doby změnit poskytovatele
1611 velkoobchodních služeb. Dle informací Úřadu dodnes většina MVNO neuzavřela novou
1612 velkoobchodní smlouvu s T-Mobile ani žádným jiným MNO.

1613 Situaci ještě zhoršuje skutečnost, že významná část z uvedených MVNO jsou
1614 integrováni operátoři, nabízející také fixní telekomunikační služby na maloobchodním trhu.
1615 Bez uzavření nové velkoobchodní smlouvy na mobilní služby by tyto MVNO nejen nebyli
1616 schopni fungovat na maloobchodním trhu mobilních služeb, ale také by se, vzhledem k
1617 rostoucí popularitě balíčků mobilních a fixních služeb, zhoršila jejich pozice na maloobchodním
1618 trhu fixních služeb. Tito operátoři jsou tak nuceni akceptovat jakékoli podmínky velkoobchodní
1619 spolupráce požadované ze strany MNO, pokud tento MNO bude vůbec ochoten s nimi ve
1620 velkoobchodní spolupráci jednat.

1621 V této souvislosti eviduje ČTÚ rostoucí počet stížností MVNO jak na zdlouhavé jednání
1622 a neochotu MNO nabízet velkoobchodní služby, tak na nevýhodnou nabídku smluvních
1623 podmínek ze strany MNO.

1624 **2.5 Definice velkoobchodního trhu**

1625 Pro účely definice nadřazeného velkoobchodního trhu je nutné vycházet z věcného
1626 vymezení maloobchodního trhu.

1627 Při definování trhu (maloobchodního i velkoobchodního) v souladu s Pokyny byl brán
1628 do úvahy stávající stav rozvoje sítí a služeb a aplikoval se přístup zaměřený na budoucnost
1629 (forward looking approach), na což klade důraz i bod 2.1 Vysvětlujícího memoranda a Pokynů.

1630 Při stanovení základní služby (fokálního produktu) se vyšlo jak z dosavadního vývoje,
1631 tak i z předpokládaného vývoje do budoucna, a to zejména s ohledem na zastoupení
1632 jednotlivých druhů služeb na trhu, podílů a potenciálu dalšího růstu.

1633 Při hodnocení zastupitelnosti byl brán do úvahy rozvoj mobilních sítí 4G a 5G. Rovněž
1634 bylo zohledněno průběžné snižování významu sítí 2G, popř. 3G sítí, pro poskytování datových
1635 mobilních služeb ve sledovaném období.

1636 Na základě vymezení relevantního maloobchodního trhu jsou do vymezení
1637 velkoobchodního trhu přístupu k mobilním službám zahrnuty mobilní hlasová volání, služby
1638 SMS a mobilní datové služby. Do vymezení velkoobchodního trhu jsou tedy zahrnuty pouze
1639 nabídky služeb, které jsou předmětem vymezení relevantního maloobchodního trhu, a které
1640 jsou poskytovány na základě uzavřených velkoobchodních smluv (s MNO či MVNE) či
1641 samotnými MNO.

1642 Velkoobchodní trh je definován jako jeden velkoobchodní trh přístupu ke všem
1643 mobilním službám, které bývají nabízeny pod jednou velkoobchodní smlouvou. Velkoobchodní
1644 trh by měl umožnit MVNE/MVNO nakoupit mobilní služby a následně MVNO umožnit je
1645 prodávat na navazujícím maloobchodním trhu. Tento trh zahrnuje jak služby pro plnohodnotné
1646 (Full) MVNE/MVNO, tak pro ostatní úrovně MVNE/MVNO.

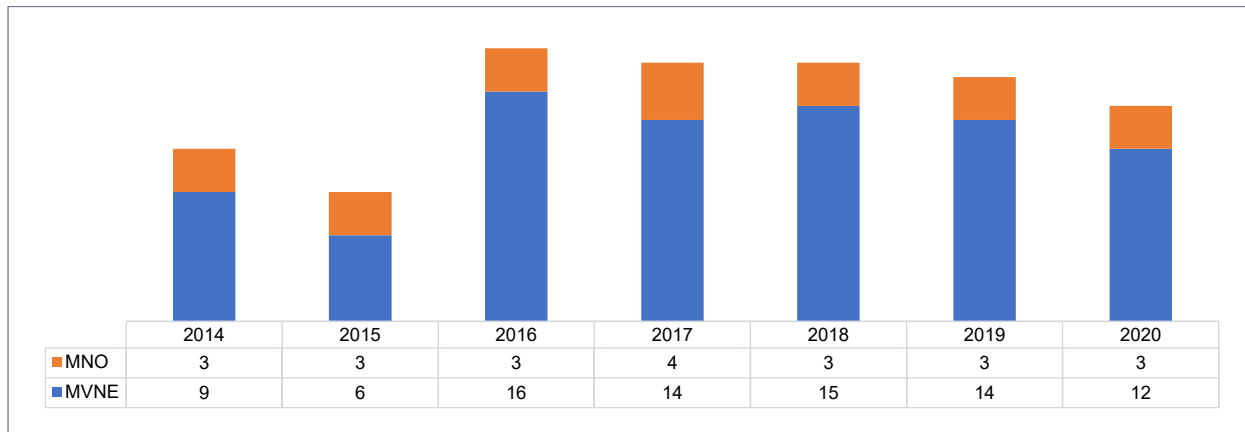
1647 Na vymezeném velkoobchodním trhu působí na straně nabídky mobilní síťoví operátoři
1648 (MNO) a v omezeném rozsahu poskytovatelé velkoobchodní virtuální mobilní platformy
1649 (MVNE). Tito poskytovatelé velkoobchodních služeb (MNO a MVNE) poskytují služby na
1650 vymezeném trhu mobilních služeb na základě smluv, které lze označit jako velkoobchodní
1651 smlouvy o přístupu a jiné velkoobchodní smlouvy mezi podnikateli v elektronických
1652 komunikacích, které upravují poskytování mobilních služeb. Dotčené velkoobchodní smlouvy
1653 o přístup k mobilním službám nijak smluvně nerozlišují poskytované velkoobchodní služby dle
1654 zákaznických segmentů na služby pro domácnosti a pro firmy. V tomto ohledu nebyl
1655 velkoobchodní trh zákaznický segmentován a vymezuje se jako velkoobchodní trh přístupu k
1656 výše uvedeným mobilním službám (hlasové služby, služby SMS a datové služby), na jejichž
1657 základě mohou virtuální operátoři vytvářet balíčky těchto služeb na maloobchodním trhu. Na
1658 základě komerčně dohodnutých smluv jsou virtuální operátoři obvykle schopni nabízet služby
1659 jak pro domácnosti, tak i pro firemní zákazníky.

1660 Velkoobchodním trhem se rozumí trh přístupu k sítím (síťovým prvkům a přiřazeným
1661 prostředkům) a službám, využívaných k poskytování veřejně dostupných služeb
1662 elektronických komunikací v plném rozsahu služeb (vč. dat, hlasu, SMS).

1663 Pokud jde o územní a časové vymezení relevantního velkoobchodního trhu, závěry
1664 přebíráme z vymezení relevantního maloobchodního trhu, konkrétně, že:

- 1665 • územní rozsah relevantního velkoobchodního trhu je geograficky ohraničený na
1666 Českou republiku;
- 1667 • časový rámec pro definování a analýzu velkoobchodního trhu je stanoven dočasně
1668 období od současnosti nejdéle do 31. 12. 2023.

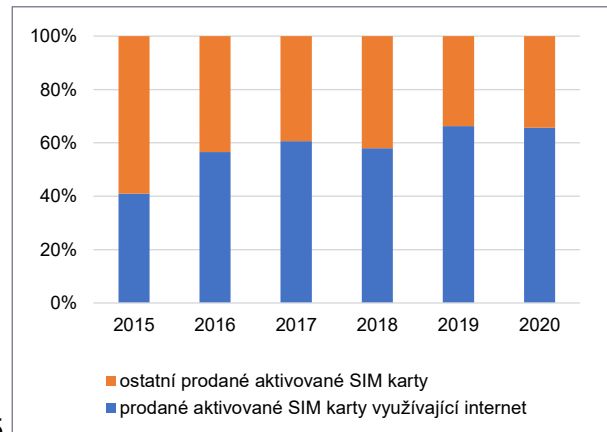
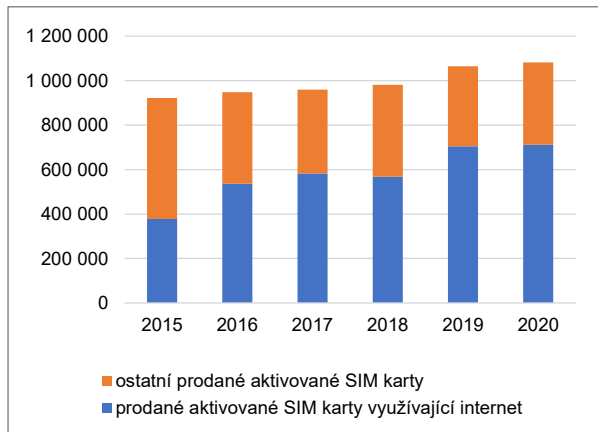
1669 Relevantní velkoobchodní trh v České republice na nabídkové straně v současnosti
 1670 tvoří 3 síťoví operátoři (MNO) a 12 poskytovatelů velkoobchodní virtuální mobilní platformy
 1671 (MVNE). Většina poskytovatelů velkoobchodní virtuální mobilní platformy působí současně
 1672 jako virtuální operátoři majetkově nepojení se síťovými operátory. Podle provedených
 1673 zjištění působí na relevantním velkoobchodním trhu v pozici čistého MVNE pouze 3 subjekty.
 1674 Počet subjektů na nabídkové straně relevantního velkoobchodního trhu je od roku 2016
 1675 poměrně stabilní.



1676
 1677
 1678

Graf 56 Počet a struktura subjektů na nabídkové straně relevantního velkoobchodního trhu
 Zdroj: ČTÚ, 2021

1679 Na relevantním velkoobchodním trhu je v současnosti prodáno ze strany síťových
 1680 operátorů 1,1 mil. SIM karet ročně, přičemž až 66 % prodáváných SIM karet tvoří aktivované
 1681 SIM karty využívající internet.



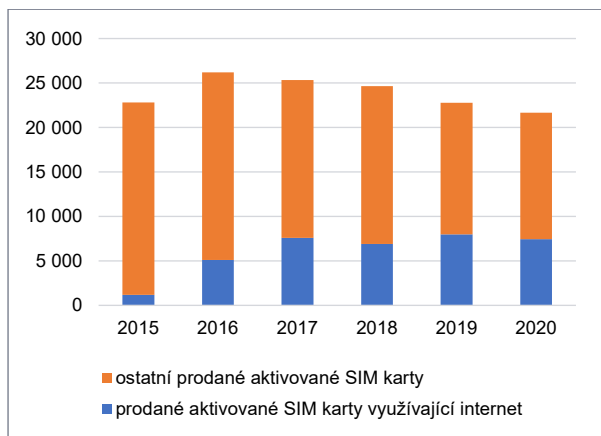
1682
 1683
 1684

Graf 57 Počet prodáných SIM karet podle typu – síťoví operátoři
 Zdroj: ČTÚ, 2021

1685
 1686
 1687
 1688

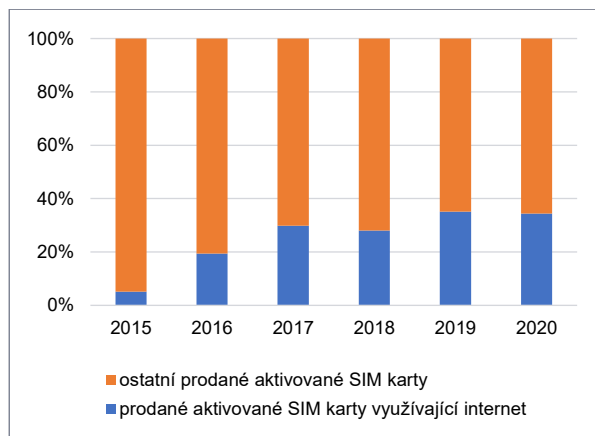
Graf 58 Struktura prodáných SIM karet podle typu – síťoví operátoři
 Zdroj: ČTÚ, 2021

1689 Počet SIM karet prodáváných na relevantním velkoobchodním trhu ze strany síťových
 1690 operátorů mírně stoupá průměrným meziročním tempem na úrovni 1,6 %. Se stoupajícím
 1691 počtem prodáváných SIM karet se mění i struktura prodáváných SIM karet z hlediska typu.
 1692 Zatímco v roce 2015 tvořil podíl prodáváných SIM karet bez možnosti využívat internet ze
 1693 strany síťových operátorů až 59 %, v současnosti je to jen 34 %.



1694
1695
1696

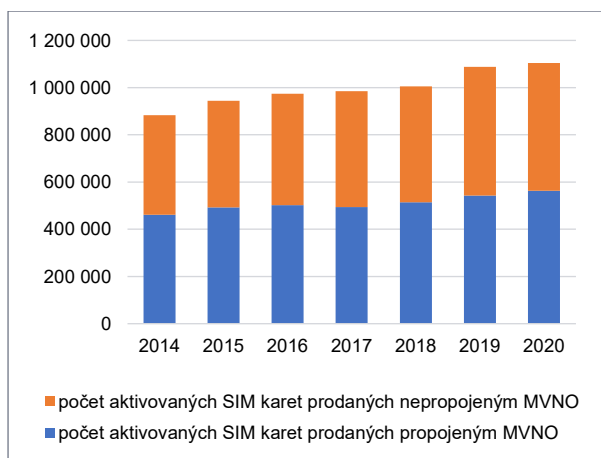
Graf 59 Počet prodaných SIM karet podle typu – MVNE
Zdroj: ČTÚ, 2021



1697
1698
1699

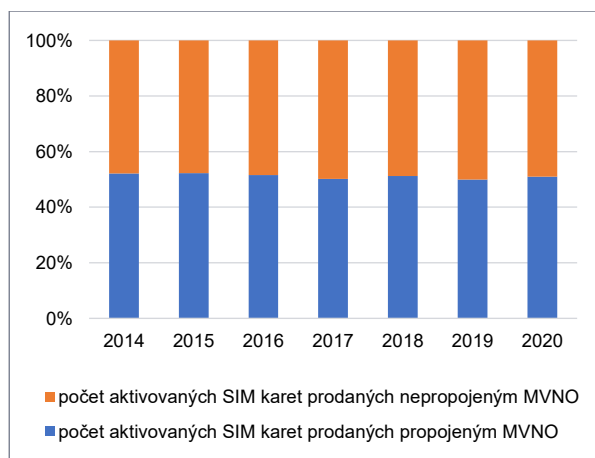
Graf 60 Struktura prodaných SIM karet podle typu – MVNE
Zdroj: ČTÚ, 2021

1700 Počet SIM karet prodáváných na relevantním velkoobchodním trhu ze strany MVNE
1701 mírně klesá průměrným meziročním tempem na úrovni 0,72 %. S klesajícím počtem
1702 prodáváných SIM karet se také mění i struktura prodáváných SIM karet z hlediska typu.
1703 Zatímco v roce 2015 tvořil podíl prodáváných SIM karet bez dat ze strany MVNE až 95 %, v
1704 současnosti je to jen 66 %.



1705
1706
1707

Graf 61 Počet prodaných SIM karet podle propojenosti na MNO
Zdroj: ČTÚ, 2021

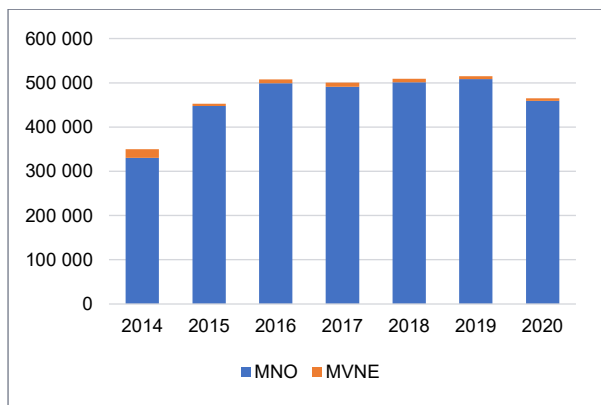


1708
1709
1710
1711

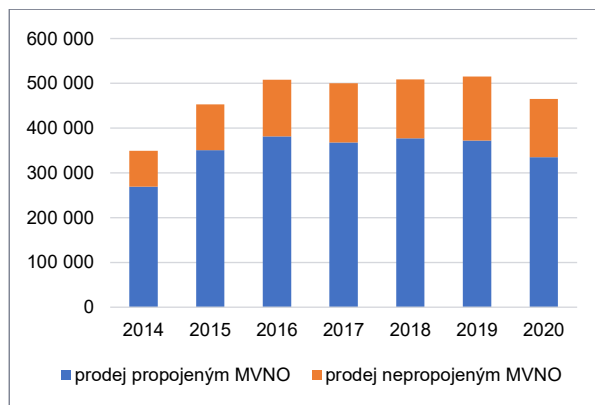
Graf 62 Struktura prodaných SIM karet podle propojenosti na MNO
Zdroj: ČTÚ, 2021

1712 Navzdory klesajícím prodejům SIM karet ze strany MVNE agregátní prodej SIM karet
1713 na relevantním velkoobchodním trhu mírně stoupá. Se stoupajícími prodeji se také mění i
1714 struktura poptávky ze strany subjektů na velkoobchodním trhu z hlediska jejich majtkové
1715 propojenosti na síťové operátory. Podíl SIM karet, kterou jsou prodávány nezávislým MVNO,
1716 se opatrně blíží k 50% hranici.

1717 Hlasové služby jsou prodávány téměř výhradně ze strany síťových operátorů. MVNE
1718 mají jen okrajový význam. Z hlediska poptávky po hlasových službách tato je tvořena převážně
1719 ze strany MVNO majtkově propojených na síťové operátory, přičemž struktura poptávky po
1720 hlasových službách se prakticky nemění.



Graf 63 Objem prodeje služeb SMS podle typu prodávajícího subjektu v tis. zpráv SMS
Zdroj: ČTÚ, 2021

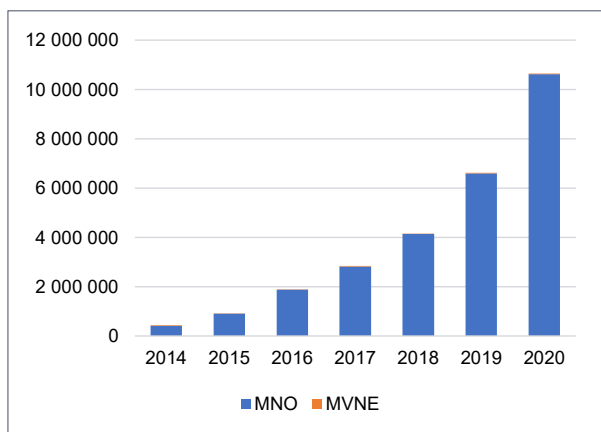


Graf 64 Objem prodeje služeb SMS podle typu kupujícího subjektu v tis. zpráv SMS
Zdroj: ČTÚ, 2021

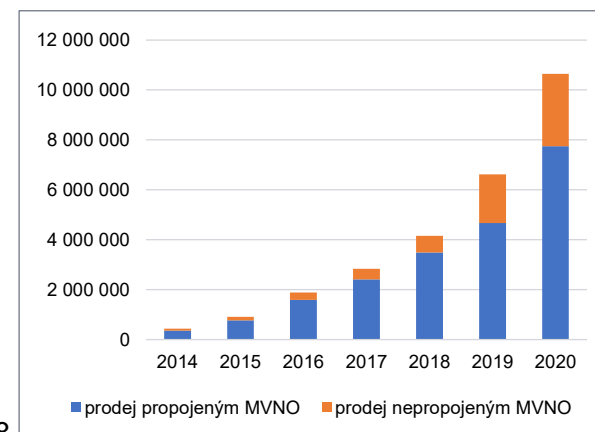
1721
1722
1723
1724

1725
1726
1727
1728

1729 Podobný vývoj jako u hlasových služeb byl zaznamenán i při službách SMS, jejichž
1730 téměř výlučným prodávajícím jsou síťoví operátoři. Také struktura poptávky po službách SMS
1731 zůstává od roku 2015 téměř neměnná. Jediným rozdílem oproti hlasovým službám je pokles
1732 nabídky služeb SMS na relevantním velkoobchodním trhu, což však koresponduje s vývojem
1733 na relevantním maloobchodním trhu.



Graf 65 Objem prodeje datových služeb podle typu prodávajícího subjektu v GB
Zdroj: ČTÚ, 2021



Graf 66 Objem prodeje datových služeb podle typu kupujícího subjektu v GB
Zdroj: ČTÚ, 2021

1734
1735
1736
1737

1738
1739
1740
1741

1742 Situace na nabídkové straně relevantního velkoobchodního trhu v oblasti datových
1743 služeb kopíruje situaci při hlasových službách a službách SMS, ovšem s tím rozdílem, že
1744 objem nabízených dat a jeho dynamika v čase téměř vůbec nereflktují současný vývoj
1745 poptávky na maloobchodním trhu. Objem nabízených dat na relevantním velkoobchodním trhu
1746 roste v průměru na úrovni 72 % ročně³⁹, což však je jen třetinový objem nárůstu, jaký byl
1747 zaznamenán na poptávkové straně relevantního maloobchodního trhu.

Závěr k definici velkoobchodního trhu:

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

³⁹ Jde o průměr meziročních procentních nárůstů kumulativních ročních objemů datových služeb (viz Graf 65 a Graf 66).

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.⁴⁰ K vymezení relevantního trhu Evropská komise nevznesla připomínky ani v rámci výsledku notifikace návrhu analýzy relevantního trhu č. 3 v závěru roku 2021.

1748 3. Test tří kritérií

1749 V návaznosti na vymezení velkoobchodního trhu, který nepatří mezi relevantní trhy
1750 uvedené v Doporučení Komise (EU) 2020/2245, ze dne 18. prosince 2020 o relevantních
1751 trzích produktů a služeb v odvětví elektronických komunikací, které připadají v úvahu pro
1752 regulaci ex ante podle směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2018/1972, kterou se
1753 stanoví evropský kodex pro elektronické komunikace je nutné přistoupit k posouzení tzv. testu
1754 tří kritérií (dále také jen jako „T3K“).

1755 Test tří kritérií vychází z ustálené regulatorní doktríny. Relevantní trh se považuje za
1756 způsobilý k uplatnění ex ante regulatorních opatření, pokud kumulativně splňuje následující
1757 kritéria:

- 1758 1. jsou přítomny značné a nikoli dočasné strukturální, právní nebo regulační překážky
1759 vstupu;
- 1760 2. existuje struktura trhu, která v daném časovém horizontu nesměřuje k účinné
1761 hospodářské soutěži, a to s ohledem na stav hospodářské soutěže z pohledu
1762 infrastruktury a dalších faktorů, které stojí za překážkami vstupu;
- 1763 3. právo hospodářské soutěže je samo o sobě nedostatečné k tomu, aby adekvátně
1764 řešilo zjištěná selhání trhu.

1765 Bylo proto přistoupeno k vyhodnocení jednotlivých kritérií za účelem posouzení, zda je
1766 vymezený relevantní trh způsobilý k uplatnění regulatorních opatření ex ante.

1767 Bylo vycházeno z T3K z roku 2017, jehož závěry se v plné míře potvrdily také na
1768 aktualizovaných datech ke konci roku 2020. Tímto je tedy v plné míře odkazováno a jsou
1769 přejímány závěry a vyhodnocení T3K z roku 2017 s tím, že tyto závěry jsou doplněny,
1770 aktualizovány a upřesněny níže.

⁴⁰ <https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/stranky/223526/soubory/cz-2019-218920adoptedcsredacted.pdf>

1771 **3.1 Kritérium č. 1: značné a nikoli dočasné strukturální, právní nebo regulační**
1772 **překážky vstupu na trh**

1773 Hodnocení Evropské komise a BEREC: Úřad v první řadě uvádí, že Komise ve svém
1774 rozhodnutí ze dne 17.2.2022 uvedla, že dle jejího názoru není kritérium č. 1 splněno. Tento
1775 svůj závěr založila zejména na základě toho, že závazek národního roamingu povede
1776 k odstranění překážek pro efektivní vstup a působení na trhu. V tomto hodnocení s Komisí
1777 souhlasí také BEREC, který má za to, že národní roaming sníží překážky vstupu na trhu. ČTÚ
1778 k tomu uvádí, že tuto dočasnou analýzu provádí výhradně pro časový horizont do uplatnění
1779 národního roamingu. ČTÚ má tedy za to, že výhrada Komise i BERECu ke splnění tohoto
1780 kritéria pro účely této dočasné analýzy odpadla a toto kritérium č. 1 je splněno.

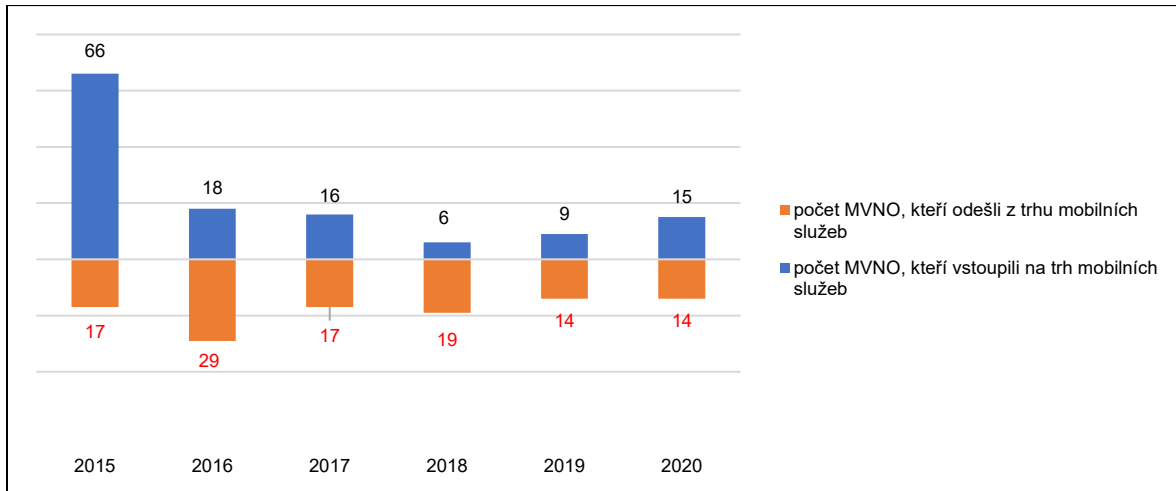
1781 Trh elektronických komunikací a trh mobilních služeb je typický vysokou investiční
1782 náročností vstupu na trh, kdy vybudování celoplošné mobilní sítě představuje investice
1783 v řádech desítek miliard korun. S vysokými vstupními investicemi souvisí potřeba akvizice
1784 kritické masy zákazníků (předpoklad řádově milionů zákazníků), která je však v situaci velmi
1785 vysoké penetrace mobilních služeb (vysoko přes 100 % populace) možná jen akvizicí
1786 zákazníků stávajících operátorů, což představuje další zásadní bariéru úspěšného vstupu na
1787 trh.

1788 Naprosto klíčová je ale dostupnost kmitočtového pásma potřebného pro vybudování
1789 mobilní sítě. V rámci poslední aukce kmitočtového spektra, pořádané na konci roku 2020
1790 nezískal žádný nový operátor kmitočtové spektrum v pásmu 700 MHz. Veškeré vhodné
1791 kmitočty v pásmu pod 1 GHz (pásma 700, 800 a 900 MHz) drží stávající operátoři, přičemž
1792 v časovém výhledu této analýzy nebude žádné další vhodné kmitočtové pásmo pod 1 GHz
1793 k dispozici.

1794 ČTÚ bere na vědomí, že na vymezeném maloobchodním trhu působí v současnosti
1795 133 nezávislých MVNO a 3 MVNO majetkově propojení s MNO, z čehož by bylo možné na
1796 první pohled bez hlubší analýzy nesprávně dovodit, že pro vstup na trh neexistují značné, a
1797 nikoliv dočasné strukturální překážky. Takový závěr by však byl nesprávný, jelikož samotný
1798 počet MVNO neznamena, že tyto subjekty mohou na trhu dlouhodobě ziskově podnikat, a tedy
1799 na tento trh efektivně vstoupit. Majetkově nezávislí MVNO i při zdánlivě vysokém počtu
1800 subjektů dosahují pouze zanedbatelného tržního podílu přibližně 2 % trhu. Ačkoliv mohou
1801 MVNO formálně na trh vstoupit, nemohou na něm vyvíjet efektivní konkurenci žádnému z
1802 MNO, jak vyplývá z dalšího kritéria 3K testu a závěrů uvedených v této analýze. To
1803 demonstuje také vývoj počtu aktivních MVNO a jejich tržního podílu v posledních letech, kdy
1804 tržní podíl dlouhodobě stagnuje na úrovni 8 %, přičemž je patrná vysoká volatilita počtu MVNO
1805 s převládajícím významně vyšším výstupem z trhu mobilních služeb ze strany nezávislých
1806 MVNO, čímž se snížil počet MVNO z úrovně 165 subjektů v roce 2015 na 136 subjektů v roce
1807 2020. Navíc ze strany MNO jsou v řadě případů vynuceny podmínky velkoobchodních vztahů,
1808 které MNO umožňují tyto velkoobchodní vztahy kdykoli bez udání důvodu ukončit a MNO toto
1809 právo i v praxi využívají.

1810 Efektivní vstup na trh zahrnuje nejenom vstup na vymezený maloobchodní trh, ale také
1811 udržení se na trhu s možností ziskově podnikat. Sníženou efektivitou vstupů na trh ze strany
1812 MVNO je možno demonstrovat vysokou volatilitou příchodů a odchodů MVNO z vymezeného
1813 maloobchodního trhu. Nejvyšší počet subjektů na nabídkové straně trhu byl zaznamenán
1814 v roce 2015, kdy na trhu, kromě 3 MNO a 3 s MNO majetkově propojených MVNO, působilo
1815 až 162 nezávislých MVNO. Nejmenší počet nezávislých MVNO je zaznamenán v roce 2019,

1816 resp. roce 2020, kdy na trhu působilo jenom 132, resp. 133 nezávislých MVNO. V průměru se
1817 na trhu v období 2015–2020 ročně obměnilo až 27 % nezávislých MVNO. Ve sledovaném
1818 období 2015–2020 odešlo z trhu celkem až 110 nezávislých MVNO, tedy až 85 % ze
1819 současného počtu 133.



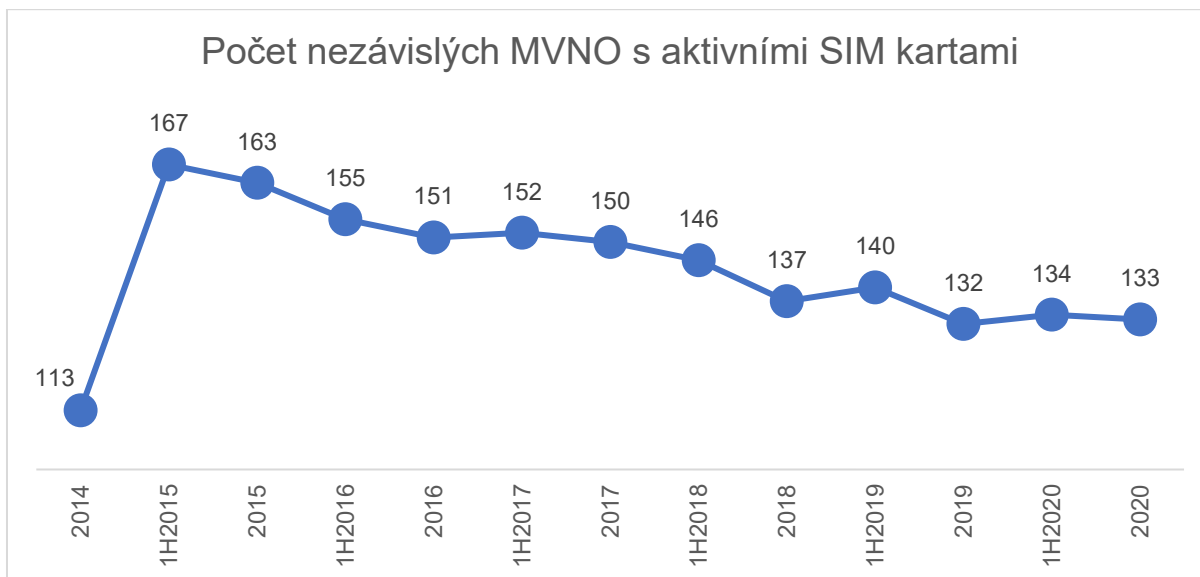
Graf 67 Volatilita počtu nezávislých MVNO ve sledovaném období
Zdroj: ČTÚ, 2021

1820
1821
1822

1823 Společnými znaky nezávislých MVNO, kteří z trhu ve sledovaném období 2015–2020
1824 odešli byly: nízký počet aktivních SIM karet a relativně vysoká jednotková cena především
1825 SMS a datových služeb. MVNO, kteří z trhu odešli, byli schopni v průměru aktivovat jenom
1826 36 % průměrného počtu SIM karet připadajících na nezávislého MVNO ve sledovaném období
1827 a jejich průměrné jednotkové ceny za SMS byly o 96 % vyšší a za datové služby o 118 % vyšší
1828 než průměr nezávislých MVNO. Vzhledem k vysoké cenové senzitivitě⁴¹ zákazníků na
1829 vymezeném maloobchodním trhu je vysoce nepravděpodobné, že by MVNO, kteří odešli
1830 z trhu, uplatňovali tak relativně vysoké ceny z jiného důvodu, než z důvodu neadekvátně
1831 vysokých velkoobchodních cen.

1832 Absolutní počet nezávislých MVNO s aktivními SIM kartami na českém mobilním trhu
1833 rostl jen ve zcela počátečním stadiu po prvním umožnění vstupu pro MVNO na mobilní trh ze
1834 strany MNO, tj. do prvního pololetí 2015. Počet nezávislých MVNO s aktivními SIM kartami
1835 začal klesat prakticky okamžitě, a to od druhého pololetí 2015 a pokračuje dodnes. Během
1836 uplynulých 6 let došlo ke kosmetické korekci počtu nezávislých MVNO s aktivními SIM kartami
1837 směrem vzhůru jen ve třech obdobích, a to v prvním pololetí 2017 (růst počtu nezávislých
1838 MVNO o 1 subjekt), v prvním pololetí 2019 (růst počtu nezávislých MVNO o 3 subjekty) a v
1839 prvním pololetí 2020 (růst počtu nezávislých MVNO o 2 subjekty). Při každém takovém nárůstu
1840 počtu nezávislých MVNO s aktivními SIM kartami došlo v bezprostředně následujícím období
1841 k významnému propadu počtu nezávislých MVNO s aktivními SIM kartami. Kromě toho, od
1842 druhého pololetí 2015, kdy dochází k systémovému úbytku nezávislých MVNO s aktivními SIM
1843 kartami, jsou vstupy MVNO omezeny téměř výlučně na provozovatele služeb a ne na
1844 plnohodnotné MVNO.

⁴¹ Uvedeno např. v už zmíněné studii Česká digitální domácnost 2021 od společnosti KPMG

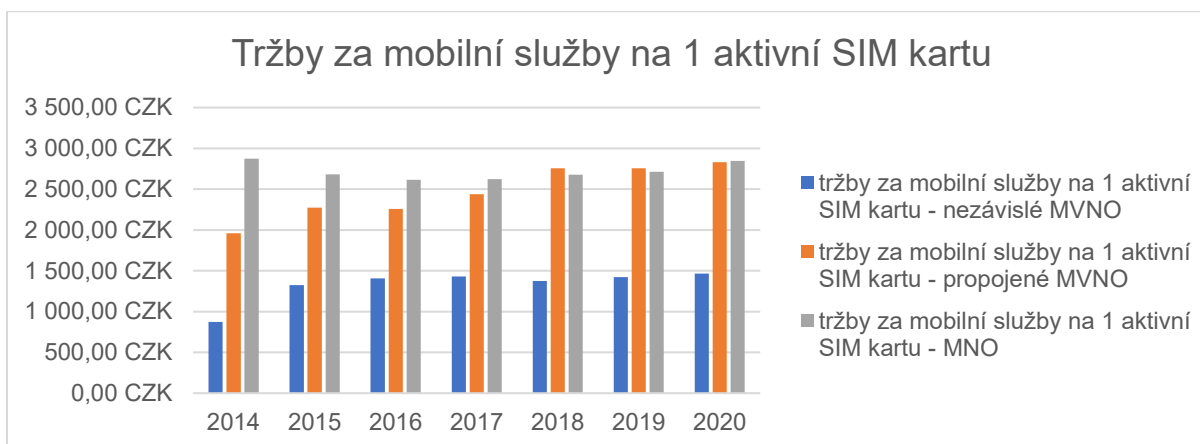


1845

1846
1847

Graf 68 Pokles a stagnace počtu nezávislých MVNO ve sledovaném období
Zdroj: ČTÚ, 2021

1848 Důkazem toho je zakonzervovaný stav poměru mezi tržbami za mobilní služby
1849 na 1 SIM kartu u nezávislých MVNO, u propojených MVNO a u MNO. Od druhého půlroku
1850 2015 platí, že tržby za mobilní služby na 1 SIM kartu registrovanou u nezávislého MVNO tvoří
1851 v průměru jen 53 % z tržeb na 1 SIM kartu registrovanou u MNO a 55 % z tržeb na 1 SIM kartu
1852 registrovanou u propojeného MVNO.

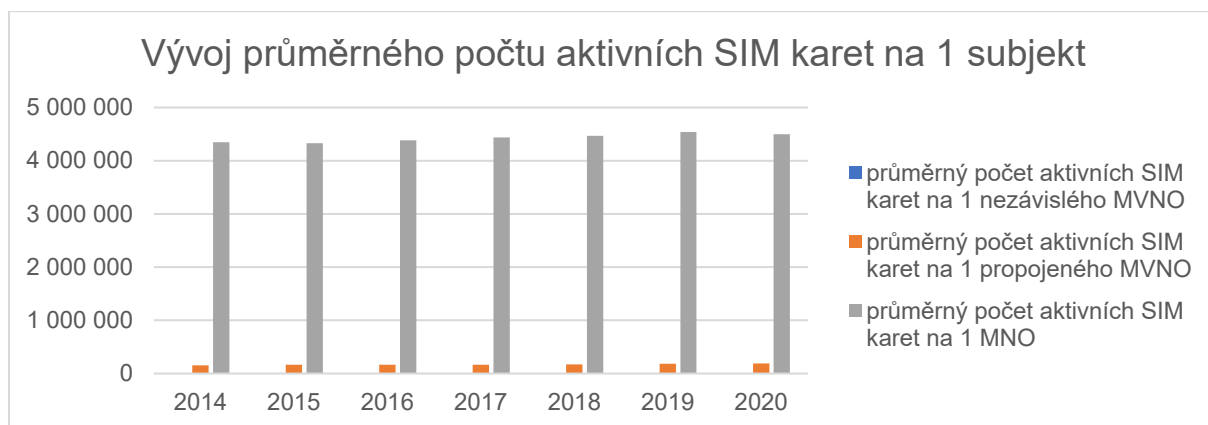


1853

1854
1855

Graf 69 Vývoj tržeb za mobilní služby na 1 aktivní SIM kartu
Zdroj: ČTÚ, 2021

1856 Vývoj tržeb za mobilní služby na 1 SIM kartu zároveň ukazuje, že po jejich propadu, od
1857 roku 2014 do roku 2016, v případě MNO došlo k jejich kontinuálnímu srovnávání v letech 2017
1858 až 2020. Zároveň se tržby za mobilní služby na 1 aktivní SIM kartu v případě propojených
1859 MVNO téměř dorovnaly tržbám MNO na 1 aktivní SIM kartu. Tato fakta mohou poukazovat na
1860 existenci silné koordinace mezi MNO a jejich propojenými MVNO, jako i vytlačení nezávislých
1861 MVNO z trhu ze strany MNO – zastavení nárůstu tržeb na 1 SIM kartu u nezávislých MVNO
1862 a jejich postupný odchod z trhu mobilních služeb od druhého půlroku 2015.



1863

1864
1865

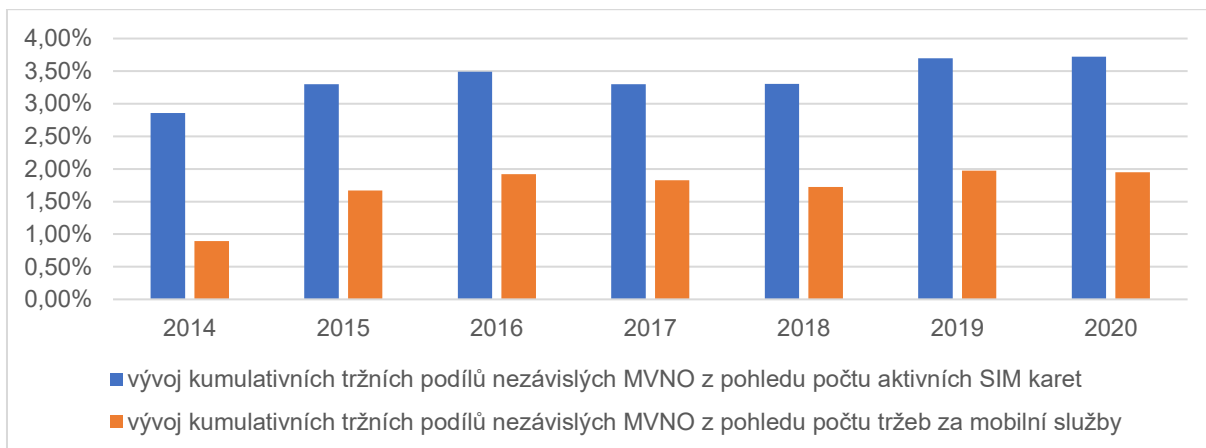
Graf 70 Vývoj průměrného počtu aktivních SIM karet na 1 subjekt
Zdroj: ČTÚ, 2021

1866 Nezávislí MVNO ztrácejí svůj růstový potenciál na trhu a růst průměrného počtu
1867 aktivních SIM karet na 1 nezávislého MVNO je jen 2/3 z průměrného růstu počtu aktivních SIM
1868 karet na 1 propojeného MVNO. Nemluvě o tom, že absolutní počet aktivních SIM karet
1869 na 1 subjekt je při nezávislých MVNO na úrovni zhruba 2 % z průměrného absolutního počtu
1870 aktivních SIM karet při propojených MVNO.

1871 Kromě vysoké volatility příchodů a odchodů nezávislých MVNO z vymezeného trhu je
1872 pro účely posouzení možnosti efektivního vstupu také potřeba posoudit celkovou míru tržního
1873 podílu, který MVNO na trhu dokážou dosáhnout. Dle studie společnosti McKinsey „Virtually
1874 mobile: What drives MVNO success“⁴² kontrolují MVNO na rozvinutých trzích podíl na
1875 mobilním trhu mezi 10 % až 40 %. V ČR je tržní podíl nezávislých (majetkově s MNO
1876 nepropojených) MVNO daleko pod touto hranicí. Společnost McKinsey v uvedené studii
1877 zmiňuje jako jeden z klíčových faktorů úspěchu MVNO na trhu vyjednání a udržení kvalitní
1878 velkoobchodní smlouvy s MNO. Jako faktory kvality velkoobchodní smlouvy zmiňují zejména
1879 jednoduchou možnost renegociace smlouvy, flexibilní možnost migrace k jinému MNO,
1880 adaptabilita smlouvy na nové služby (zmiňovány jsou datové služby), nebo transparentnost
1881 smlouvy v případě změn velkoobchodních parametrů. Specificky je také jako klíčová
1882 zmiňována smluvně zabudovaná ochrana před kampaňovým snižováním cen na maloobchodě
1883 na straně MNO, tj. zabezpečení replikovatelnosti maloobchodní nabídky MNO ze strany
1884 MVNO. Na základě posouzení smluvních vztahů nezávislých MVNO v ČR s MNO je možno
1885 zkonstatovat, že jejich velkoobchodní smlouvy uvedené klíčové parametry nenaplnějí vůbec
1886 nebo jenom ve velmi malé míře.

1887 Tržní podíl nezávislých MVNO osciluje od roku 2016 kolem hodnoty 3,5 % z pohledu
1888 počtu aktivních SIM karet a kolem hodnoty 1,95 % z pohledu tržeb za mobilní služby.

⁴² Zdroj: https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/dotcom/client_service/Telecoms/PDFs/February%202015%20-%20Recall%20papers/Virtually%20Mobile%202014-06.ashx

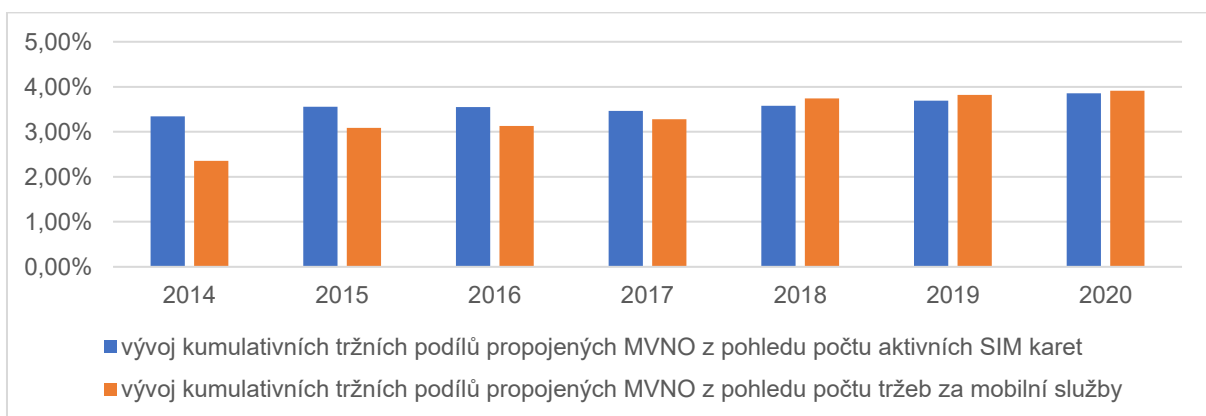


1889

1890
1891

Graf 71 Vývoj tržního podílu nezávislých MVNO
Zdroj: ČTÚ, 2021

1892 Na druhé straně, tržní podíly propojených MVNO z pohledu tržeb a z pohledu počtu
1893 aktivních SIM karet kontinuálně rostou. Je třeba si všimnout, že poměr mezi tržními podíly
1894 z pohledu tržeb za mobilní služby a z pohledu počtu aktivních SIM karet jsou, na rozdíl od
1895 nezávislých MVNO, vyvážené.

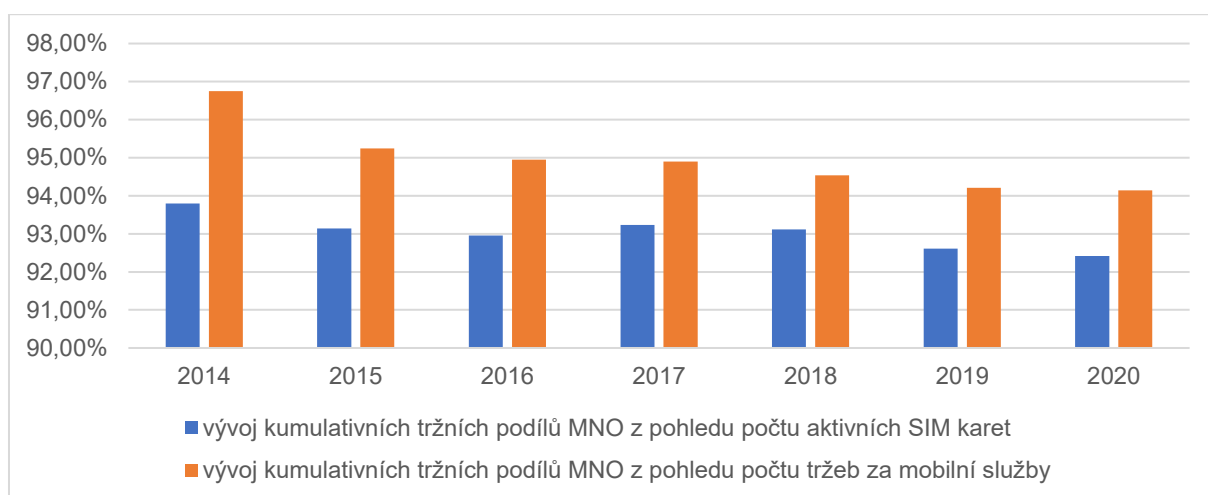


1896

1897
1898

Graf 72 Vývoj tržního podílu MVNO majetkově propojených s MNO
Zdroj: ČTÚ, 2021

1899 Pro ilustraci: pokud jde o tržní podíly MNO, v průběhu 2014–2020 dochází k mírné
1900 korekci jak z pohledu počtu aktivních SIM karet, tak z pohledu tržeb za mobilní služby, avšak
1901 hlavně z důvodu růstu kumulativního tržního podílu propojených MVNO.



Graf 73 Vývoj tržního podílu MNO
Zdroj: ČTÚ, 2021

1902

1903
1904

1905
1906

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

1907
1908
1909
1910
1911
1912
1913
1914
1915
1916
1917
1918
1919
1920
1921
1922
1923
1924

ČTÚ dále uvádí, že bariéry vstupu nejsou s to omezit v rámci časového horizontu této analýzy ani závazky převzaté vybranými držiteli spektra (mobilní síťoví operátoři) v rámci 5G aukce, která proběhla v roce 2020. Ačkoliv lze očekávat, že závazek národního roamingu bude mít pozitivní vliv na úroveň hospodářské soutěže na mobilním trhu, tento pozitivní vliv nastane teprve ve chvíli, kdy některý z oprávněných zájemců o národní roaming splní podmínky pro nárok na národní roaming (tj. zejména vybuduje pokrytí vlastní sítě atd.), uzavře s poskytovatelem národního roamingu smlouvu o přístupu a následně vybuduje na základě národního roamingu relevantní velkoobchodní a/nebo maloobchodní produkty, jež bude možné uvést na trh. V roli snižování bariér pro vstup na mobilní trh mohou mít pouze velkoobchodní služby, které by se oprávněný zájemce rozhodl na základě využití národního roamingu poskytovat dále MVNO. Bez takových velkoobchodních služeb zůstanou překážky vstupu na trh obdobné jako dnes, jelikož pro efektivní vstup na mobilní trh bude nadále zapotřebí rádiových kmitočtů, jež jsou po 5G aukci naopak ještě omezenější než předtím. Navíc ani nelze predikovat, zda se oprávnění zájemci rozhodnou přístup k národnímu roamingu využívat pro velkoobchodní nabídky, tudíž je vliv národního roamingu pro omezování bariér efektivního vstupu na mobilním trhu pro MVNO spíše hypotetický. K časovým prodlevám efektu závazků z 5G aukce dále odkazujeme na kapitolu 2.1.5 k časovému vymezení maloobchodního trhu.

1925
1926
1927

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

1928
1929
1930
1931
1932
1933

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

1934 Pokud v posledních letech na trh vstupovali noví MVNO, vstupovali téměř výhradně za
1935 účelem ochrany svých zákazníků z jiných trhů, typicky se jedná o fixní operátory, kteří svým
1936 zákazníkům nabízejí kromě fixních služeb i mobilní služby, aby o tyto zákazníky nepřišli, anebo
1937 o MVNO, kteří mobilní služby považují za komplementární službu svým zákazníkům mimo
1938 telekomunikace, typicky jde o Tesco Mobile či Sazka Telecommunications. V tomto kontextu
1939 je tedy nutné doplnit, že na trh v posledních letech téměř vůbec nevstupují MVNO za účelem
1940 působení čistě na mobilním trhu, a pokud vstupují, tak se ziskem extrémně nízké zákaznické
1941 báze. Naopak na trh nevstupují MVNO s výjimkou MVNO za účelem ochrany svých stávajících
1942 zákazníků z jiného telekomunikačního či úplně jiného trhu. Úřad tuto skutečnost považuje za
1943 projev významných bariér vstupu na trh.

1944 **Omezené frekvenční spektrum**

1945 Technicky je pro poskytování služeb na vymezeném velkoobchodním trhu ze strany
1946 MNO, a vzhledem k povaze velkoobchodních služeb, i pro operátory typu MVNE⁴³, potřebný
1947 přístup k frekvenčnímu spektru na celonárodní bázi, tj. pro území celé ČR.⁴⁴

1948 Frekvenční spektrum je limitovaný zdroj, který může být z důvodu technologických
1949 principů sítí 2G, 3G, 4G a 5G⁴⁵ poskytnut ve formě frekvenčního přidělu jenom limitovanému
1950 počtu zájemců. Pro ilustraci: ITU doporučuje pro plné využití potenciálu sítí 5G šířku pásma
1951 100 MHz⁴⁶ na 1 operátora⁴⁷. Přílišná atomizace spektra na příliš malé přiděly omezuje kvalitu
1952 poskytovaných mobilních telekomunikačních služeb, zejména datových (rychlost, latence
1953 apod.).

1954 Pro účely poskytování mobilních telekomunikačních služeb na území celé ČR
1955 v současnosti drží přiděly 6 společností⁴⁸:

- 1956 1. CentroNet, a.s.
- 1957 2. Nordic Telecom 5G, a.s.
- 1958 3. O2 Czech Republic, a.s.
- 1959 4. PODA a.s.
- 1960 5. T-Mobile Czech Republic, a.s.
- 1961 6. Vodafone Czech Republic, a.s.

1962 Vzhledem k omezenosti zdroje frekvenčního spektra a jeho potenciálního
1963 ekonomického výkonu byla a je ze strany ČR, reprezentované ČTÚ, za přidělení frekvenčního
1964 spektra vyžadována cena, která byla zpravidla maximalizována formou aukce. Pro ilustraci: v
1965 případě poslední aukce na frekvenční přiděly v kmitočtových pásmech 700 MHz a 3400–3600
1966 MHz překročila celková cena za přidělení kmitočtů 5,5 mld. Kč⁴⁹. Vzhledem k vyžadované výši
1967 investic do frekvenčního spektra mohou ekonomickou návratnost takovýchto investic

⁴³ MVNE poskytují své velkoobchodní služby poskytují na základě služeb, které kupují prostřednictvím velkoobchodní smlouvy od MNO, případně od jiného MVNE nebo subjektu typu Mobile Network Enabler (MNE)

⁴⁴ 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.

⁴⁵ Např. minimální technologicky využitelná šířka pásma, zamezení interferencí apod.

⁴⁶ Možnost využít tzv. „carrier aggregation“ v sítích 5G, tj. spájení různých částí kmitočtového spektra

⁴⁷ Zdroj: <https://www.gsma.com/spectrum/wp-content/uploads/2021/04/5G-Spectrum-Positions.pdf>

⁴⁸ Zdroj: www.ctu.cz

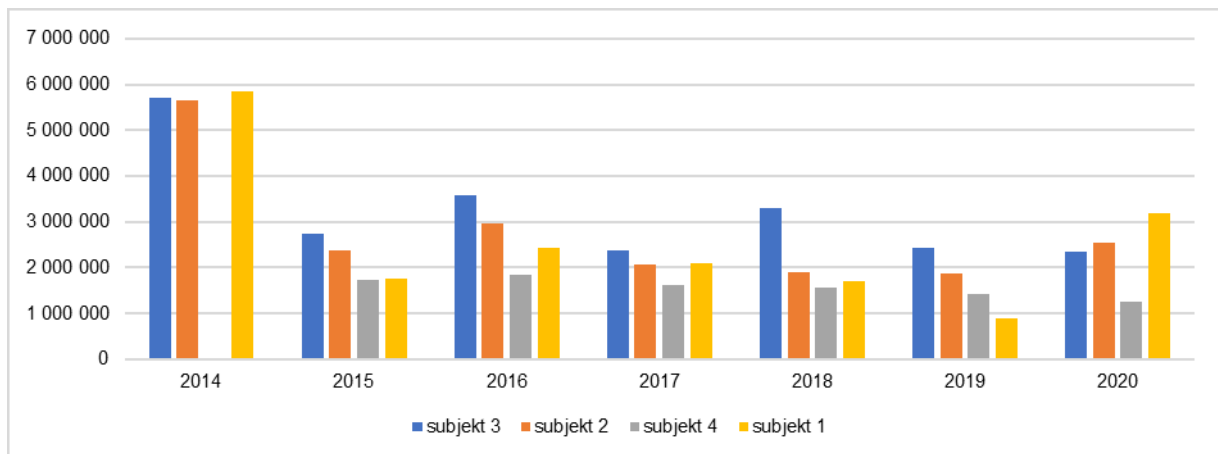
⁴⁹ <https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/ctu/oznameni-ceskeho-telekomunacniho-uradu-o-vyhlaseni-vyberoveho-rizeni-za-ucelem-udeleni-prav-k-obrazky/20210304-zpravaoprubehuavysledcichvyberovehorizenisigned.pdf>

1968 prostřednictvím poskytování mobilních telekomunikačních služeb dosáhnout jedině subjekty,
1969 které disponují velkou maloobchodní a/nebo velkoobchodní zákaznickou bází.

1970 Z výše uvedeného je zřejmé, že omezené frekvenční spektrum pro poskytování
1971 mobilních telekomunikačních služeb na vymezeném velkoobchodním trhu představuje
1972 zásadní strukturální překážku vstupu na vymezený velkoobchodní trh z důvodů
1973 technologických a z důvodů dlouhé ekonomické návratnosti.

1974 **Vysoké investiční náklady na síťovou infrastrukturu a na mobilní** 1975 **telekomunikační služby**

1976 Investice do frekvenčního spektra, mobilních sítí a jiných technologií a aktiv za účelem
1977 dosáhnout schopnosti poskytování mobilních telekomunikačních služeb na vymezeném
1978 velkoobchodním trhu představují významnou část investic MNO. Jak už bylo vysvětleno, bez
1979 těchto investic, které technicky umožňují poskytování služeb, nemůžou na vymezeném
1980 velkoobchodním trhu poskytovat své služby nejenom MNO, ale ani MVNE nebo MNE. Pro
1981 ilustraci: MNO v ČR v roce 2020 vynaložili na investice do aktiv mobilních sítí a služeb
1982 elektronických komunikací prostředky ve výši 8–13 %⁵⁰ z celkových svých výnosů⁵¹. Souhrnné
1983 investice 3 MNO do této oblasti v roce 2020 přesáhly 7,4 mld. Kč. Je třeba podotknout, že
1984 vzhledem k technologickému rozvoji, tj. nahrazování technologických zařízení novými
1985 generacemi, jejich nahrazování z důvodu opotřebení, nejsou investice v uvedeném rozsahu
1986 jednorázového charakteru, nýbrž kontinuálního.

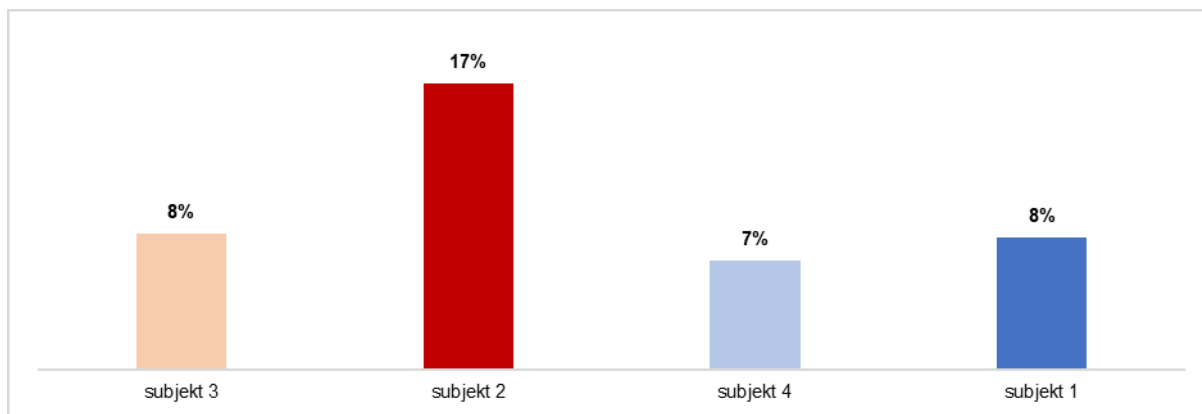


Graf 74 Celkové investice do aktiv mobilních sítí a služeb elektronických komunikací (v tis. Kč bez DPH)⁵²
Zdroj: ČTÚ, 2021

1987
1988
1989

⁵⁰ Zdroj: IstroAnalytica Advisory s.r.o. na základě informací z web stránek mobilních operátorů a informací od ČTÚ (ESD)
⁵¹ Celkové výnosy při všech 3 MNO na trhu v ČR (O2 Czech Republic, a.s. 8%, T-Mobile Czech Republic, a.s. 8,3% a Vodafone Czech Republic, a.s. 12,8%) zahrnují také výnosy z fixních služeb. Ve skutečnosti je tak % podíl na výnosech vyšší jako uváděné hodnoty.

⁵² 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.



Graf 75 Podíl investičních nákladů jednotlivých MNO⁵³ v čase na celkových výnosech jednotlivých MNO
Zdroj: ČTÚ, 2021

1990
1991
1992

1993 Vzhledem k výše uvedenému je tedy možno konstatovat, že vyžadované investiční
1994 náklady na síťovou infrastrukturu a na mobilní telekomunikační služby představují zásadní
1995 strukturální překážku vstupu na vymezený velkoobchodní trh.

1996 **Doba výstavby síťové infrastruktury pro mobilní telekomunikační služby na**
1997 **vymezeném velkoobchodním trhu**

1998 Jak už bylo důvodně uvedeno, za účelem poskytování mobilních telekomunikačních
1999 služeb, resp. na vymezeném velkoobchodním trhu, je potřebné pokrýt celé území ČR signálem
2000 mobilních telekomunikačních sítí.

2001 Proces zřizování mobilní síťové infrastruktury je možno rozdělit do následujících kroků:

- 2002 1. Plánování a projekce;
- 2003 2. Získání souhlasu s umístněním liniových staveb;
- 2004 3. Akvizice (koupě, pronájem) lokací na umístnění technologie mobilní sítě;
- 2005 4. Získání povolení na umístnění technologií;
- 2006 5. Obstarání a výstavba infrastruktury
- 2007 - Technologie a další zařízení přístupové mobilní sítě;
- 2008 - Technologie a další zařízení páteřní sítě pro přístupovou mobilní sít;
- 2009 6. Testování a uvedení do provozu.

2010 Na základě platné legislativy pro umístňování a realizaci telekomunikačních liniových
2011 staveb v ČR a relevantních zkušeností při výstavbě mobilních sítí⁵⁴ je doba trvání kroků 1-6
2012 pro jednu základnovou stanici zpravidla 6–12 měsíců.

2013 Kromě časového hlediska zřizování sítí zvyšuje komplexitu také generační rozvoj sítí.
2014 Pro ilustraci: pro plné využití možností sítí 5G může hustota základnových stanic sítí 5G
2015 v oblastech s vysokou hustotou připojených zařízení dosáhnout 5násobku počtu základnových
2016 stanic sítí 4G⁵⁵. Je tedy možno zkonstatovat, že náročnost výstavby sítí s jejich generační
2017 obměnou stoupá.

⁵³ 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.

⁵⁴ Zdroj: IstroAnalytica Advisory s.r.o.

⁵⁵ Zdroj: <https://www.newtec.eu/article/article/choosing-the-right-connectivity-for-5g>

2018 Dalším z faktorů, který se zvyšujícím se počtem základnových stanic narůstá, je
2019 limitovaná možnost umístování nových základnových stanic z důvodu chybějících lokalit pro
2020 jejich umístování. Pro ilustraci: K 31. 12. 2020 provozovali operátoři LTE (4G) v pásmu 800
2021 MHz celkem 17 336 základnových stanic LTE⁵⁶. Uvedenou překážku je možno částečně
2022 překonat existujícími a novými dohodami o sdílení sítí⁵⁷ nebo sdílením částí infrastruktury
2023 (např. stožárů) v ČR. Možnost umístování technologií mobilních telekomunikačních sítí ale
2024 není pro subjekty vstupující na trh zákonně a ani jinak garantována a podléhá komerčním
2025 dohodám. Subjekty, které už mají vybudované mobilní telekomunikační sítě, jsou oproti
2026 subjektům nově vstupujícím na trh zvýhodněny, protože místo pro zařízení nové generace
2027 mobilních sítí (5G) můžou uvolnit existující MNO, např. upgradem nebo vypnutím
2028 předcházejících generací sítí, v případě ČR např. 3G⁵⁸ – v ČR tak ke dni 31. 3. 2021 již učinila
2029 společnost Vodafone Czech Republic, a.s.⁵⁹

2030 Ke zpomalení budování mobilní sítě subjektu nově vstupujícího na trh může přispět i
2031 odpor obyvatelstva k umístování dalších základnových stanic⁶⁰.

2032 Vzhledem k výše uvedeným vlivům a faktorům je možno konstatovat, že doba výstavby
2033 síťové infrastruktury pro mobilní telekomunikační služby představuje zásadní strukturální
2034 překážku vstupu na vymezený velkoobchodní trh. Na základě historie budování mobilních
2035 telekomunikačních sítí v ČR stávajícími MNO a výše uvedených překážek budování sítí
2036 nových je možno konstatovat, že časová náročnost vybudování nové mobilní telekomunikační
2037 sítě, která by umožnila poskytování služeb na vymezeném velkoobchodním trhu, by přesáhla
2038 5 let. Uvedené časové období je platné za předpokladu disponování subjektu potřebným
2039 frekvenčním spektrem a s využitím sdílení sítí se stávajícími MNO.

2040 **Vysoké investice do marketingu značky**

2041 Pro efektivní vstup na vymezený maloobchodní trh potřebuje nový subjekt vstupující
2042 na trh kromě investic do spektra a budování mobilní sítě také investovat do marketingu, tedy
2043 do propagace značky. Stávající MNO disponují znalostí značky více než 90 % obyvatelstva,
2044 kdežto MVNO, kteří jsou na trhu v ČR v tomto parametru nejuspěšnější dosahují znalosti
2045 značky kolem 50 %⁶¹. Jedná se o MVNO, kteří jsou spojeni s celonárodně známými značkami
2046 (ČEZ, Sazka, Tesco), tedy tzv. privátní značky.

2047 Znalost značky má významný vliv na schopnost akvizice zákazníků. Jana Hamanová,
2048 ředitelka výzkumu SC&C v časopise Komora uvádí: „*Schopnost získat z člověka, který zná*
2049 *značku, reálného zákazníka, který si koupí dané služby, je v průměru 15 %. Velkým hráčům*
2050 *se to ovšem daří výrazně lépe, mohou se blížit až k 50 % míře konverze, zatímco privátní*
2051 *značky jsou na tom naopak nejhůře, jejich konverze se pohybuje v jednotkách procent.*“⁶²

2052 Pokud by MVNO aspiroval na získání stejně vysoké znalosti značky jako mají MNO na
2053 trhu v ČR, musel by konzistentně investovat do jejího marketingu po dobu více než 5 let řádově

⁵⁶ Zdroj: <https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/stranky/382551/soubory/vzctu2020.pdf> (Výroční zpráva ČTÚ)

⁵⁷ Sdílení sítí v ČR není bez komplikací: <https://www.lupa.cz/clanky/sdileni-siti-o2-a-t-mobilu-omezuje-hospodarskou-soutez-tvrdi-evropska-komise/>

⁵⁸ Zdroj: <https://www.lupa.cz/aktuality/operatori-letos-v-cesku-zacnou-vypinat-3g-site/>

⁵⁹ Zdroj: <https://www.vodafone.cz/nejen-pro-media/tiskove-zpravy/vodafone-uzavira-historii-3g-site-uvolni1/>

⁶⁰ Zdroj: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/revolta-proti-5g-se-zatim-nesiri-jsme-v-hybridni-valce-rika/r~ceb1709ca4d211ea9c800cc47ab5f122/>

⁶¹ Zdroj: <https://www.businessinfo.cz/clanky/pruzkum-zakaznicke-spokojenosti-mobilni-operatori-a-poskytovatele-internetu/>

⁶² Zdroj: <https://www.businessinfo.cz/clanky/pruzkum-zakaznicke-spokojenosti-mobilni-operatori-a-poskytovatele-internetu/>

2054 stovky milionů Kč ročně. Z tohoto důvodu patří marketingová bariéra při vstupu na trh k trvalým
2055 bariérám vstupu na vymezený maloobchodní trh.

2056 **Nemožnost dosáhnout úspor z rozsahu**

2057 Další zásadní strukturální překážkou vstupu na vymezený velkoobchodní trh je
2058 v případě vstupu poskytovatele typu MVNE na vymezený velkoobchodní trh nemožnost
2059 dosáhnout úspory z rozsahu při využití velkoobchodních nabídek MNO působících na tomto
2060 trhu.

2061 Z výše uvedených důvodů je nabídka služeb MVNE z pohledu MVNO ve srovnání s
2062 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.

2063 **3.2 Kritérium č. 2: trh v daném časovém horizontu nesměruje k účinné** 2064 **hospodářské soutěži**

2065 Hodnocení Evropské komise a BEREC: Úřad v první řadě uvádí, že Komise ve svém
2066 rozhodnutí ze dne 17.2.2022 uvedla, že dle jejího názoru není kritérium č. 2 splněno. Tento
2067 svůj závěr založila zejména na základě toho, že závazek národního roamingu povede ke
2068 zvýšení konkurence na trhu. BEREC považuje kritérium č. 2 za splněné. ČTÚ k tomu uvádí,
2069 že tuto dočasnou analýzu provádí výhradně pro časový horizont do uplatnění národního
2070 roamingu. ČTÚ má tedy za to, že výhrada Komise ke splnění tohoto kritéria pro účely této
2071 dočasné analýzy odpadá a toto kritérium č. 2 je splněno.

2072 Analýza ukázala, že ve sledovaném období (2014–2020) jsou tržní podíly jednotlivých
2073 operátorů stabilní a podíl MVNO na trhu je velmi nízký a stagnuje.

2074 Relevantní trh kvůli tomu rovněž po celou sledovanou dobu vykazuje vysokou míru
2075 koncentrace.

2076 Analýza zároveň ukázala, že MVNO se nedokázali etablovat v segmentu tarifů v pásmu
2077 nad 500 Kč. Přítomnost MVNO ve firemním segmentu je zcela zanedbatelná.

2078 Pokud jde o velkoobchodní úroveň trhu, analýza ukázala velmi nízký tržní podíl MVNE,
2079 přičemž dynamika trhu je taková, že počty SIM karet prodaných MVNE od roku 2016 klesají.

2080 Relevantní trh tedy ve sledovaném období 2014–2020 nevykazuje žádný (nebo jen
2081 zanedbatelný) vývoj směřující k účinné hospodářské soutěži. Při zohlednění výhledové
2082 analýzy nelze ani jiný vývoj v následujících letech předpokládat.

2083 Kromě případného efektu aukce kmitočtů v roce 2020, na základě které získali tři
2084 držitelé kmitočtových přidělů v pásmu 3400–3800 MHz nárok za určitých podmínek žádat o
2085 přístup k národnímu roamingu, který však nelze očekávat dříve než v roce 2026, a tudíž
2086 nespadá do časového vymezení této analýzy, nám nejsou známy žádné potenciální faktory,
2087 které by stávající dynamiku trhu mohly změnit.

2088 Naplnění druhého kritéria 3K testu, tedy existenci struktury trhu, která nesměřuje k
 2089 účinné hospodářské soutěži, demonstrují také praktiky společnosti T-Mobile, která v
 2090 posledních měsících jednostranně ukončila velkoobchodní smlouvy s 12 MVNO bez udání
 2091 důvodu, a to na základě vynucených extrémně krátkých výpovědních lhůt, které MVNO
 2092 neumožňovaly zajistit si náhradní velkoobchodní plnění od jiných MNO. Teprve po intervenci
 2093 ČTÚ společnost T-Mobile výpovědní lhůty prodloužila. Přestože informace o ukončení smluv
 2094 byla široce dostupná v médiích, podle zjištění ČTÚ ani jeden z těchto MVNO nedostal nabídku
 2095 velkoobchodní spolupráce od konkurenčních velkoobchodních poskytovatelů, tedy ani od O2
 2096 ani od Vodafone. Dokonce ani MVNO, kteří se na O2 či na Vodafone sami proaktivně obrátili,
 2097 nezískali od těchto teoreticky konkurenčních operátorů nabídku, která by jim umožnila v rámci
 2098 z médií známé výpovědní doby změnit poskytovatele velkoobchodních služeb.

2099 Efektivní hospodářskou soutěží se rozumí, dle Usměrnění o prioritách Komise v oblasti
 2100 prosazování práva při uplatňování článku 82 Smlouvy o ES na případy zneužívání
 2101 dominantního postavení podniků vylučující ostatní konkurenty z trhu, uvedené ve Oznámení
 2102 Komise KOM (2008) 832 ze dne 5. prosince 2008 takový stav, při kterém ani jeden podnik
 2103 působící na příslušném relevantním trhu nemá významný vliv.

2104 Podnik se považuje za podnik s významným vlivem na trhu, pokud sám nebo společně
 2105 s jinými podniky má postavení odpovídající významné tržní síle, tj. ekonomický vliv, který mu
 2106 dovoluje chovat se ve značné míře nezávisle na konkurentech, zákaznících a koncových
 2107 spotřebitelích.

2108 Podle odst. 54 pokynů na analýzu trhu a posouzení významného vlivu na trhu podle
 2109 regulačního rámce EU pro elektronické komunikační sítě a služby podrobně definovaných
 2110 v Oznámení Komise č. 2018 /C 159/01 („Pokyny“), podíly na trhu mohou vnitrostátnímu
 2111 regulačnímu orgánu poskytnout první užitečný náznak o struktuře trhu a relativním významu
 2112 různých hospodářských subjektů působících na trhu.

2113 Na potvrzení výsledků výpočtů podílů je třeba přistoupit k výpočtu tzv. Herfindahlova
 2114 indexu, který představuje nástroj pro měření koncentrace trhu v určitém odvětví a je definován
 2115 jako suma čtverců tržních podílů všech firem na trhu. Jako takový může nabývat hodnot od 0
 2116 do 1, pohybujíc se od velkého množství malých firem (hodnota blízká 0) až po monopol
 2117 (hodnota blízká 1). Výpočet Herfindahlova indexu na základě kvantitativních ukazatelů
 2118 (objemy hlasových služeb, služeb SMS a datových služeb) a kvalitativních ukazatelů tržní síly
 2119 (tržby) jednoznačně prokázal, že v každém sledovaném roce a v každém sledovaném tržním
 2120 ukazateli nabývá hodnoty vyšší než 0,18, což znamená, že relevantní maloobchodní trh
 2121 dosahuje velmi vysokou tržní koncentraci, a to minimálně od roku 2014. Navíc, koncentrace
 2122 trhu se zvyšuje zejména v případě datových služeb a v případě tržeb za přenesená data za
 2123 mobilní tarify s daty zakoupenými ad hoc.

	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
--	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

2124
2125

Tabulka 9 Herfindahlův index pro relevantní maloobchodní trh mobilních služeb
Zdroj: ČTÚ, 2021

2126 V případě velkoobchodního trhu analýza prokázala, že nabídku kapacity pro hlasové
2127 služby, pro služby SMS a datové služby tvoří téměř výlučně síťoví operátoři, přičemž MVNE
2128 nabízejí na velkoobchodním trhu pouze cca 2 % hlasových služeb, 2 % služeb SMS a 1 % dat.
2129 Síťoví operátoři prodávají na velkoobchodním trhu až 97 % všech aktivních SIM karet a až
2130 99 % aktivních SIM karet využívajících internet. Podílům na velkoobchodní nabídce hlasových
2131 služeb, služeb SMS a datových služeb odpovídají podíly na tržbách realizovaných na
2132 velkoobchodním trhu.⁶³

	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

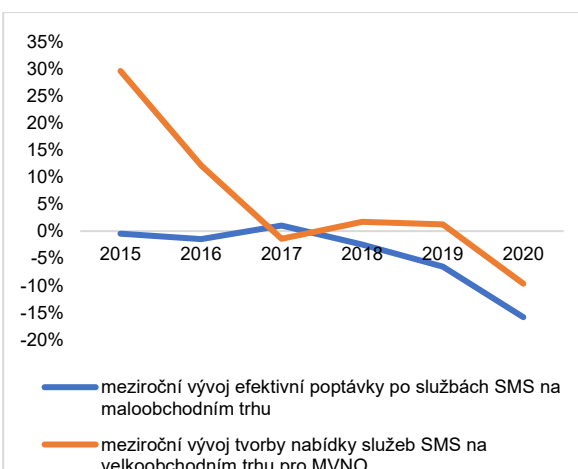
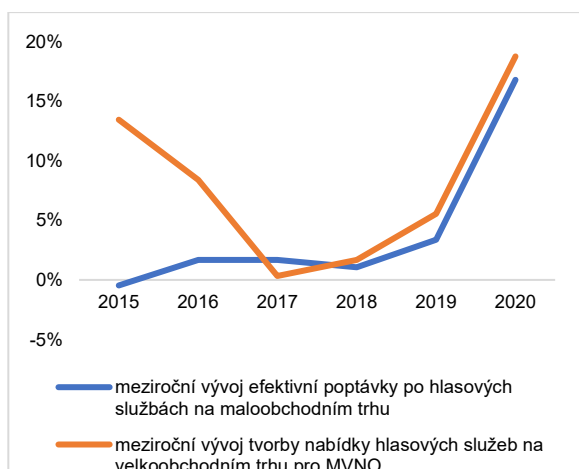
2133
2134

Tabulka 10 Herfindahlův index pro relevantní velkoobchodní trh mobilních služeb
Zdroj: ČTÚ, 2021

2135 Vysokou koncentrací na trhu, která odpovídá struktuře tvorby velkoobchodní nabídky,
2136 potvrzuje i Herfindahlův index, jehož hodnota se meziročně kontinuálně zvyšuje a konverguje
2137 k hodnotě 0,800 nejen z hlediska počtu prodaných aktivních SIM karet, ale také pokud jde o
2138 hlasové služby, služby SMS a datové služby. Do výpočtů Herfindahlova indexu byly zařazeny
2139 tržní podíly podle jednotlivých ukazatelů bez samozásobení, jelikož cílem bylo poukázat na
2140 koncentraci tvorby nabídky na velkoobchodním trhu. Interpretace je tedy jednoznačná,
2141 velkoobchodní trh je velmi koncentrovaný na 3 MNO.

2142 Pokud tento stav hodnotíme z pohledu neexistence reálných regulačních parametrů
2143 tvorby nabídky na velkoobchodním trhu, je třeba zkoumat tržní motivace tvorby nabídky na
2144 velkoobchodním trhu z pohledu síťových operátorů.

2145 Prvním faktorem tržní motivace tvorby nabídky na velkoobchodním trhu je existence
2146 poptávky, která se odvíjí od poptávky na maloobchodním trhu. Poptávka na maloobchodním
2147 trhu je tvořena koncovými zákazníky.



⁶³ Tržní koncentrace byla počítána bez vlivu samozásobení, a to za účelem zdokumentování vývoje tvorby nabídky na velkoobchodním trhu.

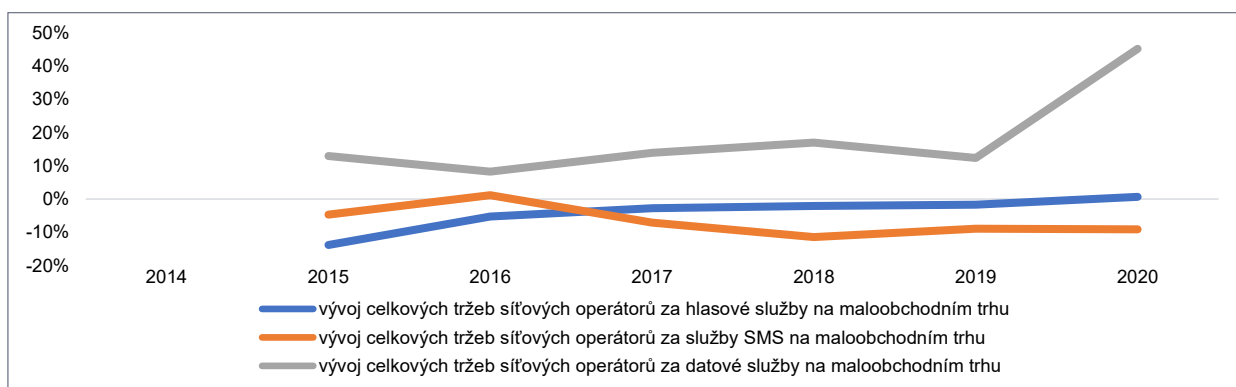
Graf 76 Vývoj objemu hlasových služeb
Zdroj: ČTÚ, 2021



Graf 77 Vývoj objemu služeb SMS
Zdroj: ČTÚ, 2021

Graf 78 Vývoj objemu datových služeb
Zdroj: ČTÚ, 2021

2148 Poptávka roste u hlasových a datových služeb a klesá u služeb SMS. Zatímco
2149 velkoobchodní nabídka reflektuje vývoj poptávky na maloobchodním trhu v oblasti hlasových
2150 služeb a služeb SMS, v oblasti datových služeb dochází k prohlubování nedostatečného
2151 objemu dat na nabídkové straně velkoobchodního trhu vzhledem k objemu poptávky na
2152 maloobchodním trhu.



2153
2154
2155

Graf 79 Porovnání vývoje celkových tržeb za jednotlivé typy mobilních služeb
Zdroj: ČTÚ, 2021

2156 Při zkoumání příčin tohoto jevu bylo aplikováno zaměření na srovnání maloobchodních
2157 tržeb síťových operátorů za jednotlivé typy mobilních služeb s cílem identifikovat možné tržní
2158 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.

2159 **3.3 Kritérium č. 3: právo hospodářské soutěže je samo o sobě nedostatečné k**
2160 **tomu, aby adekvátně řešilo zjištěná selhání trhu**

2161 Hodnocení Evropské komise a BEREC: Úřad v první řadě uvádí, že Komise ve svém
2162 rozhodnutí ze dne 17.2.2022 uvedla, že otázka splnění tohoto kritéria č. 3 nechává otevřenou.
2163 BEREC považuje kritérium č. 3 za splněné. ČTÚ ve svém hodnocení tohoto kritéria trvá na
2164 tom, že právo hospodářské soutěže samo o sobě není dostatečné k řešení identifikovaných
2165 selhání trhu, jak ostatně potvrdil opakovaně ÚOHS. ČTÚ k tomu dále uvádí, že tuto dočasnou
2166 analýzu provádí výhradně pro časový horizont do konce roku 2023. Vzhledem k notoricky
2167 známé délce trvání soutěžního ex post řízení je zřejmé, že v tomto výhledu není soutěžní právo
2168 dostatečné k vyřešení zjištěného problému.

2169 Smyslem třetího kritéria je posoudit, zda na trhu, splňujícím první dvě kritéria, nelze
2170 dosáhnout nápravy (tj. účinné hospodářské soutěže) prostředky soutěžního práva. Evropská
2171 komise (dále jen „EK“) v Doporučení o relevantních trzích ke třetímu kritériu uvádí že
2172 rozhodnutí o tom, zda nějaký trh připadá v úvahu pro regulaci ex ante, by mělo záviset na
2173 posouzení dostatečné schopnosti práva hospodářské soutěže řešit selhání trhu, která byla
2174 nalezena při hodnocení prvních dvou kritérií.

2175 V rámci třetího kritéria ČTÚ zvažoval, zda nápravná opatření dle soutěžního práva
2176 postačují k odstranění tržního selhání na vymezeném trhu mobilních služeb. ČTÚ posuzoval,
2177 zda lze legislativu na ochranu hospodářské soutěže považovat za nedostačující (bez
2178 kombinace s regulací ex ante) nebo neodpovídající k řešení zjištěných selhání trhu. Blíže se
2179 výkladu třetího kritéria věnuje Komise ve vysvětlujícím memorandu k platnému Doporučení
2180 Komise o relevantních trzích z 18. 12. 2020⁶⁴ v kap. 2.2. (str. 14–15). Nápravná opatření dle
2181 soutěžního práva lze poté považovat za nedostačující například v situaci, kdy by byla potřeba
2182 uplatnit nezbytnou regulační povinnost k nápravě tržního selhání prostřednictvím regulace
2183 ex-ante (např. povinnosti přístupu nebo zvláštní požadavky na nákladové účetnictví), kde je
2184 regulatorní zásah vedoucí k nápravě tržního selhání spojen s rozsáhlými požadavky na
2185 compliance, protože musí být dlouhodobý (např. potřeba podrobného účetnictví pro regulační
2186 účely, hodnocení nákladů, sledování podmínek včetně technických parametrů atd.), nebo kde
2187 jsou nezbytně časté a/nebo včasné zásahy, nebo tam, kde je prvořadé vytvoření právní jistoty
2188 (např. dlouhodobější cenová regulace).

2189 ČTÚ v kontextu tohoto kritéria považuje za rozhodující posouzení, zda je
2190 pravděpodobné, že nápravná opatření podle soutěžního práva jsou dostatečná k odstranění
2191 překážek pro efektivní hospodářskou soutěž. Soutěžní úřad (dále jen „ÚOHS“) může na
2192 základě Zákona o hospodářské soutěži⁶⁵ posuzovat trh z hlediska možné existence
2193 zakázaných dohod (§ 3), případně z hlediska možného zneužití dominantního postavení (§
2194 11).

2195 V případě prokázání existence zakázané dohody ÚOHS účastníkům takové dohody
2196 zakáže jednání dle takové dohody a je oprávněn uložit pokutu až do výše 10 % z čistého obrátu
2197 za poslední ukončené účetní období. Mezi pravomoci ÚOHS v tomto případě tak nepatří
2198 ukládání nezbytných povinností vedoucích k nápravě tržního selhání. ČTÚ zároveň prokázání
2199 takové dohody, i kdyby reálně existovala, považuje za velice obtížné a nepravděpodobné, a

64 Commission Staff Working Document – Explanatory Note {C(2020) 8750 final}:
https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=72442

65 Zákon č. 143/2001 Sb.

2200 to zejména ohledem na důkazní břemeno, kdy by taková explicitní dohoda musela být
2201 nalezena.

2202 V případě prokázání zneužití dominantního postavení (jednoho či více soutěžitelů)
2203 může ÚOHS podniku či podnikům v dominantním postavení uložit všechna opatření nezbytná
2204 k tomu, aby bylo protiprávní jednání ukončeno a došlo k nápravě tržního selhání. Intervence
2205 podle práva hospodářské soutěže však předpokládají, že ke zneužití dominantního postavení
2206 již došlo. Na základě soutěžního práva tak nelze předem ukládat povinnosti nebo pravidla,
2207 která by vedla k včasnému odstranění aktuálních či potenciálních tržních problémů
2208 s omezováním hospodářské soutěže na trhu s výhledem do budoucna a s následným
2209 pravidelným dohledem a monitorováním trhu.

2210 Sektorově specifická regulace ex ante je naopak navržena tak, aby na jejím základě
2211 bylo možno předem zmírnit nebo eliminovat případné problémy s omezováním hospodářské
2212 soutěže na relevantním trhu.

2213 ČTÚ má za to, že na základě vyhodnocení bariér vstupu v prvním kritériu a směřování
2214 k účinné hospodářské soutěži ve druhém kritériu lze usuzovat, že na relevantním trhu dochází
2215 k takovým tržním selháním, že je třeba uložit podrobné povinnosti (přístupu k síti včetně
2216 případných povinností souvisejících s regulací cen) formou specifické regulace ex ante, které
2217 není možno uložit dle legislativy práva hospodářské soutěže. Tím by byla zároveň i zajištěna
2218 nezbytná míra předvídatelnosti regulačních zásahů na trhu. Dle názoru ČTÚ lze rovněž
2219 dovozovat, že nastavení pravidel regulace by mělo vést k uzavření smluv o přístupu
2220 umožňujících rozvoj konkurence na předmětném velkoobchodním a příslušném
2221 maloobchodním trhu, a tak směřovat trh ve zkoumaném období k účinnější hospodářské
2222 soutěži.

2223 ČTÚ se při vyhodnocování třetího kritéria zabýval i otázkou včasnosti zásahu při řešení
2224 tržních selhání, respektive jejich snížením nebo eliminací jejich vzniku. ČTÚ vzal do úvahy
2225 stávající situaci na trhu a předpokládaný vývoj a dospěl k závěru, že regulace ex ante bude
2226 adekvátněji a efektivněji reagovat na zjištěné problémy na trhu v porovnání s regulací ex post.
2227 Sektorově specifická regulace ex ante by tak měla být v tomto případě považována za vhodný
2228 doplněk k regulaci ex post.

2229 Výše uvedené závěry týkající se 3. kritéria a možností soutěžního práva byly ze strany
2230 ČTÚ opakovaně konzultovány s ÚOHS. V rámci svých stanovisek předseda ÚOHS
2231 s předloženými závěry projevil souhlas, když mimo jiné konstatoval že: *„...Zatímco tedy
2232 regulace ex-ante disponuje nástroji, které umožňují identifikovat a zmírnit i dlouhodobá
2233 strukturální selhání trhu a přijímat průběžná opatření a dohled nad plněním opatření k jejich
2234 nápravě, hlavním nástrojem soutěžního práva je možnost udělit jednorázovou sankci konkrétní
2235 osobě nebo osobám za zjištěné porušení soutěžního práva, přičemž nemá k dispozici nástroje,
2236 které by umožňovaly včasné řešit aktuální či potencionální strukturální selhání trhu s výhledem
2237 do budoucna a s následným pravidelným dohledem a monitorováním trhu.“* V závěru svého
2238 stanoviska poté shrnul že: *„S ohledem na výše uvedené není možné považovat soutěžní právo
2239 za vhodný ani dostatečný nástroj k odstranění dlouhotrvajících selhání trhu, tedy ani těch,
2240 která ČTÚ identifikoval v Návrhu analýzy.“*

2241 ČTÚ rovněž vychází ze skutečnosti že na trzích, na nichž přetrvávají velké rozdíly ve
2242 vyjednávacích pozicích mezi podniky a kde některé podniky jsou odkázány při dodávce svých
2243 služeb na infrastrukturu/síť provozovanou jinými subjekty, je vhodné vytvořit rámec pro
2244 zajištění účinného fungování trhu. Pokud nejsou obchodní jednání úspěšná nebo za
2245 současných podmínek nepřinášají zlepšení konkurenční situace na trhu, měly by mít vnitrostátní

2246 regulační orgány pravomoc v zájmu koncových uživatelů zajistit přístup, propojení
2247 a interoperabilitu služeb za přiměřených podmínek.

2248 Na základě výše uvedeného proto dospěl ČTÚ k závěru, že k dosažení požadovaného
2249 cíle rozvoje hospodářské soutěže na vymezeném relevantním trhu je nezbytné aplikovat
2250 specifickou sektorovou regulaci ex ante a že uplatňování práva hospodářské soutěže není
2251 samo o sobě dostatečné k řešení nalezených soutěžních problémů.

2252 S ohledem na připomínky EK směřující k závěrům vyhodnocení testu tří kritérií na
2253 mobilním trhu v roce 2016, kde ČTÚ došel k opačným závěrům, tedy dostatečnosti práva
2254 hospodářské soutěže k řešení identifikovaných tržních problémů ČTÚ uvádí následující
2255 vysvětlení.

2256 Za prvé je nutné zmínit, že věcné vymezení zkoumaného trhu mobilních služeb se
2257 v roce 2016 lišilo od toho současného, a to zejména z pohledu (ne)zahrnutí mobilních datových
2258 služeb. Vymezení trhu a test tří kritérií prováděný v roce 2016 odpovídalo původně
2259 vymezenému trhu z roku 2012, kdy ČTÚ poprvé zahájil své analýzy ohledně zkoumání
2260 existence společné významné tržní síly. Trh vymezený v roce 2012 představoval
2261 "velkoobchodní trh přístupu a původu volání (originace) ve veřejných mobilních telefonních
2262 sítích" (jak odpovídalo definici bývalého relevantního trhu č. 15 vymezeného EK) s důrazem
2263 v té době zejména na služby volání a SMS. Datové služby v té době, s ohledem na tehdejší
2264 omezené pokrytí 3G sítí v ČR, netvořily tak významnou součást nabídky. Mobilní datové služby
2265 začaly v ČR nabývat na významu až po roce 2014 v souvislosti s rozvojem 4G sítí, a to po
2266 aukci kmitočtů pro 4G sítě v roce 2013. ČTÚ tak hodnocení trhu, tj. zkoumání testu tří kritérií
2267 v roce 2016 založil na formálně dříve vymezeném a ustanoveném trhu v rámci národního listu
2268 relevantních trhů. Současné vymezení zkoumaného relevantního trhu č. 3 z vymezení
2269 předchozího trhu vychází, avšak zahrnuje do vymezení (od zkoumání v roce 2017 – 2019)
2270 zejména mobilní datové služby a nově je nazván jako "velkoobchodní trh přístupu k mobilním
2271 službám".

2272 Za druhé je nutné zmínit faktor vstupu mobilních virtuálních operátorů na trh v období
2273 let 2013/2014. Tito operátoři po regulačních aktivitách ČTÚ jako byla analýza výše uvedeného
2274 trhu v roce 2012 (která již v té době shledala existenci společné významné tržní síly tří MNO),
2275 aukce kmitočtů pro 4G síť (ve které bylo vyčleněno pásmo pro nového 4. operátora) začali na
2276 trh vstupovat na základě komerčně dojednaných smluv o přístupu s jednotlivými MNO. V tomto
2277 období vlivem výše uvedených faktorů došlo mimo vstup MVNO na trh také k razantnímu
2278 poklesu cen tehdy nabízených služeb - došlo zejména k prvnímu uvedení neomezených tarifů
2279 (s neomezeným voláním a neomezenými SMS) na mobilní trh v ČR. V období 2014 – 2016
2280 docházelo k postupnému rozvoji MVNO a jejich tržního podílu, jak je patrné z údajů uvedených
2281 ve vyhodnocení předchozích kritérií. Mobilní trh se tedy v roce 2016 jevil v dynamickém světle
2282 a ČTÚ s ohledem na daný vývoj očekával jeho směřování k účinné hospodářské soutěži.
2283 Vyhodnocení posledního, tj. 3. kritéria tříkriteriálního testu bylo zároveň ovlivněno
2284 vyhodnocením předchozích dvou kritérií, v rámci kterých ČTÚ ve výhledu do budoucna
2285 neshledal potenciální selhání trhu - neboť shledal že trh směřuje k rozvoji konkurence a
2286 docházelo ke vstupům MVNO na základě komerčních podmínek. ČTÚ tak očekával, že
2287 dotčený trh bude i nadále ve výhledu vykazovat dostatečnou konkurenční dynamiku, tj. bude
2288 umožněn vstup MVNO, bude umožněn jejich rozvoj na mobilním trhu (replikovatelnost služeb),
2289 bude nadále docházet k poklesu cen. Shledal tak, že případná selhání trhu bude možné řešit
2290 standardními nástroji prostřednictvím práva na ochranu hospodářské soutěže. Dokonce v

2291 daném období i postavení ČR v mezinárodních srovnání cen mobilních služeb zaznamenalo
2292 znatelné zlepšení. Bohužel jen dočasně.

2293 Následně za třetí ČTÚ uvádí, že se však bohužel v následujících obdobích výše
2294 uvedená očekávání o vývoji trhu nenaplnila. Po prvotním vstupu a rozvoji MVNO začal trh opět
2295 stagnovat, komerční podmínky velkoobchodních smluv o přístup neumožňují MVNO jejich
2296 rozvoj na trhu, a to zejména s ohledem na mobilní datové služby s vyššími objemy dat.
2297 Konkurenční prostředí začalo zaostávat a tím i postavení ČR v rámci mezinárodních porovnání
2298 cen za mobilní služby.

2299 Závěrem k porovnání situace v roce 2016 a nyní ČTÚ uvádí, že se jeho původní
2300 očekávání v rámci výhledové analýzy bohužel nepromítla do skutečného vývoje trhu. Původně
2301 uzavřené komerční nabídky neumožnily adekvátní úpravu podmínek (vč. cenových) s ohledem
2302 na rozvoj maloobchodního trhu a nabídek samotných MNO, jakož i vyjednávání o nových
2303 smlouvách nevedla ke vstupu významných a rozvíjejících se konkurentů, kteří by zajišťovali
2304 vývoj trhu směrem k efektivní konkurenci. Ačkoliv bylo několika desítkám MVNO umožněno
2305 na trh vstoupit, na základě dosavadního vývoje nelze shledat že by jim bylo ze strany
2306 velkoobchodních dohod s MNO umožněno efektivně konkurovat a pomoci vést trh k rozvoji
2307 efektivní hospodářské soutěže. Neuspokojivá současná a výhledová situace na aktuálně
2308 vymezeném a zkoumaném trhu, jakož i na podřazeném maloobchodním trhu mobilních služeb
2309 je poté popsána v rámci kapitol výše případně i kapitol níže zaměřených na zkoumání
2310 existence významné tržní síly.

2311 Blíže se výkladu třetího kritéria věnuje Komise ve vysvětlujícím memorandu
2312 k platnému Doporučení Komise o relevantních trzích z 18. 12. 2020⁶⁶ v kap. 2.2. (str. 14–15).
2313 Ex ante regulace dle výkladu Komise přichází v úvahu za okolností, kdy by podle práva
2314 hospodářské soutěže nemohly být uloženy regulační povinnosti nezbytné k nápravě selhání
2315 trhu (např. povinnosti přístupu nebo zvláštní požadavky na nákladové účetnictví), kde je
2316 regulatorní zásah vedoucí k nápravě tržního selhání spojen s rozsáhlými požadavky na
2317 compliance, protože musí být dlouhodobý (např. potřeba podrobného účetnictví pro regulační
2318 účely, hodnocení nákladů, sledování podmínek včetně technických parametrů atd.), nebo kde
2319 jsou nezbytně časté a/nebo včasné zásahy, nebo tam, kde je prvořadé vytvoření právní jistoty
2320 (např. dlouhodobější cenová regulace).

2321 Z provedené analýzy a identifikovaných tržních selhání vyplývá, že je třeba uplatnit
2322 specifické nástroje ex ante regulace. Identifikovaná selhání jsou dlouhodobého
2323 a strukturálního rázu a vyžadují efektivní a včasné uplatnění povinností přístupu a cenové
2324 regulace a následného trvalého regulačního dohledu a k tomu potřebných povinností v oblasti
2325 nákladového účetnictví. Ex post soutěžní pravidla nejsou sama o sobě postačující, neboť míří
2326 k sankcionování již dokončených jednotlivých soutěžních deliktů. Sektorová ex ante regulace
2327 má naopak nástroje k identifikaci a zmírnění i dlouhodobých či hrozících tržních selhání
2328 a k soustavné činnosti a dohledu směřujících k jejich nápravě. S ohledem na popsané bariéry
2329 vstupu na trh a dlouhodobá selhání na velkoobchodním trhu mobilních služeb se s ohledem
2330 na výše uvedené jeví uplatnění nástrojů ex ante regulace jako nezbytné.

Závěr:

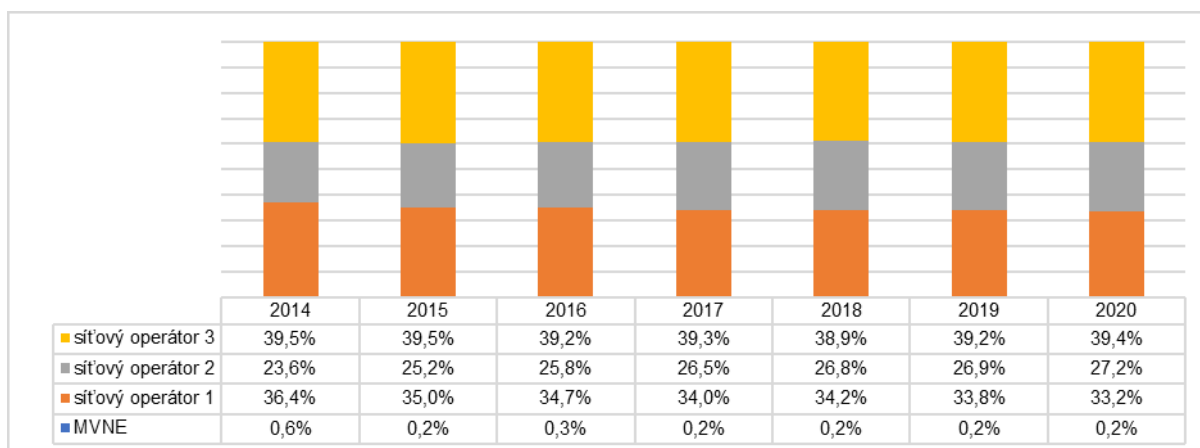
⁶⁶ Commission Staff Working Document – Explanatory Note {C(2020) 8750 final}:
https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=72442

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.

2331 4. Hodnocení samostatné významné tržní síly

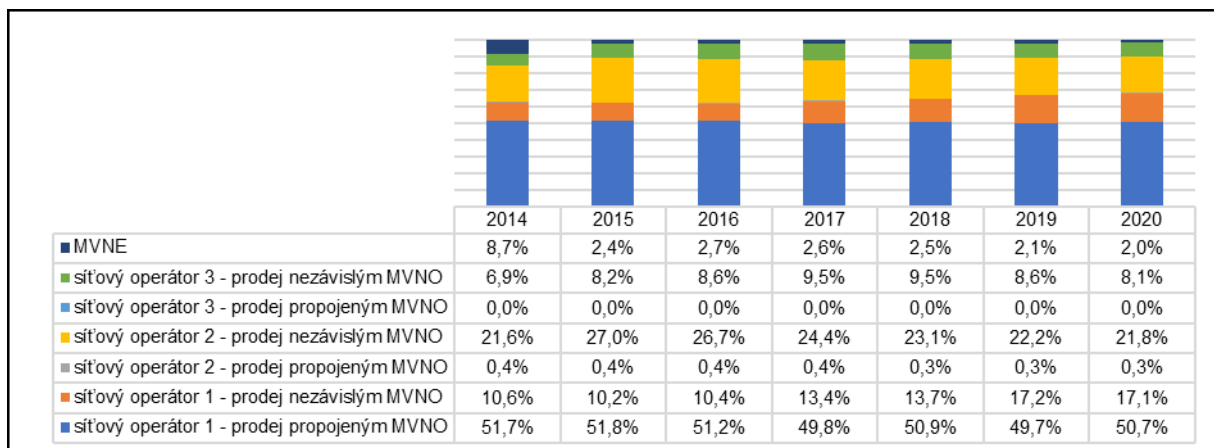
2332 4.1 Tržní podíly a jejich vývoj na velkoobchodním trhu

2333 Jak ukazuje Graf 80, největším poskytovatelem SIM karet na velkoobchodním trhu, se
 2334 zahrnutím samozásobení, byl k 31. prosinci 2020 síťový operátor 3 s tržním podílem 39,4 %.
 2335 Druhým největším poskytovatelem byl síťový operátor 1 s podílem 33,2 %. Třetím největším
 2336 poskytovatelem pak byl síťový operátor 2 s podílem 27,2 %. MVNE se zahrnutím
 2337 samozásobení u MNO měli tržní podíl pouze 0,2 %.



2338 Graf 80 Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě velkoobchodně prodaných aktivovaných SIM karet, včetně velkoobchodního
 2339 přepraveje se zahrnutím samozásobení (k 31. 12. 2020) Zdroj: ČTÚ, 2021
 2340

2341 Graf 81 ukazuje situaci na velkoobchodním trhu na základě celkového počtu
 2342 velkoobchodně prodaných SIM karet, bez zahrnutí samozásobení, k 31. prosinci 2020.
 2343 Největším poskytovatelem byl síťový operátor 1 s tržním podílem 67,8 % (z toho činí prodeje
 2344 majetkově nezávislým MVNO 17,1 % a prodeje majetkově propojeným MVNO 50,7 %).
 2345 Druhým největším poskytovatelem na základě počtu SIM karet byl síťový operátor 2 s podílem
 2346 22,2 % (z toho činí prodeje majetkově nezávislým MVNO 21,8 % a prodeje majetkově
 2347 propojeným MVNO 0,3 %). Třetí, síťový operátor 3 měl 8,1 %. Dále na trhu působili i MVNE,
 2348 jejich celkový podíl byl k 31. prosinci 2020 2 %.

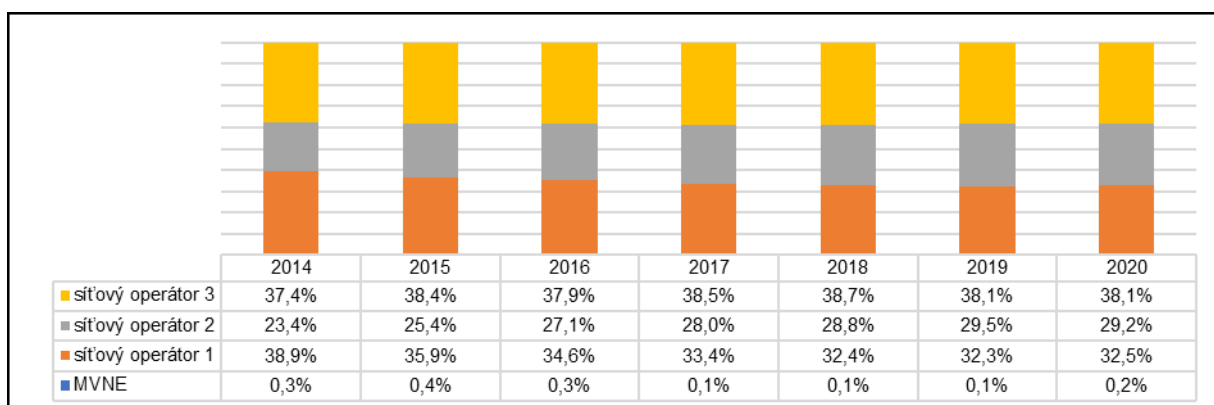


2349
2350
2351
2352

Graf 81 Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě velkoobchodně prodaných aktivovaných SIM karet, včetně velkoobchodního přeprdeje bez zahrnutí samozásobení (k 31. 12. 2020)
Zdroj: ČTÚ, 2021

2353 Dále byly analyzovány tržní podíly na velkoobchodním trhu z pohledu jednotlivých
2354 služeb nabízených v mobilních sítích, jak ukazují následující grafy.

2355 Jak ukazuje Graf 82, se zahrnutím samozásobení, má na základě objemu
2356 originovaných minut na velkoobchodním trhu k 31. prosinci 2020 největší tržní podíl síťový
2357 operátor 3 s podílem 38,1 %, dále pak následuje síťový operátor 1 s 32,5 % a síťový operátor
2358 2 s podílem 29,2 %, a také MVNE s 0,2 %.

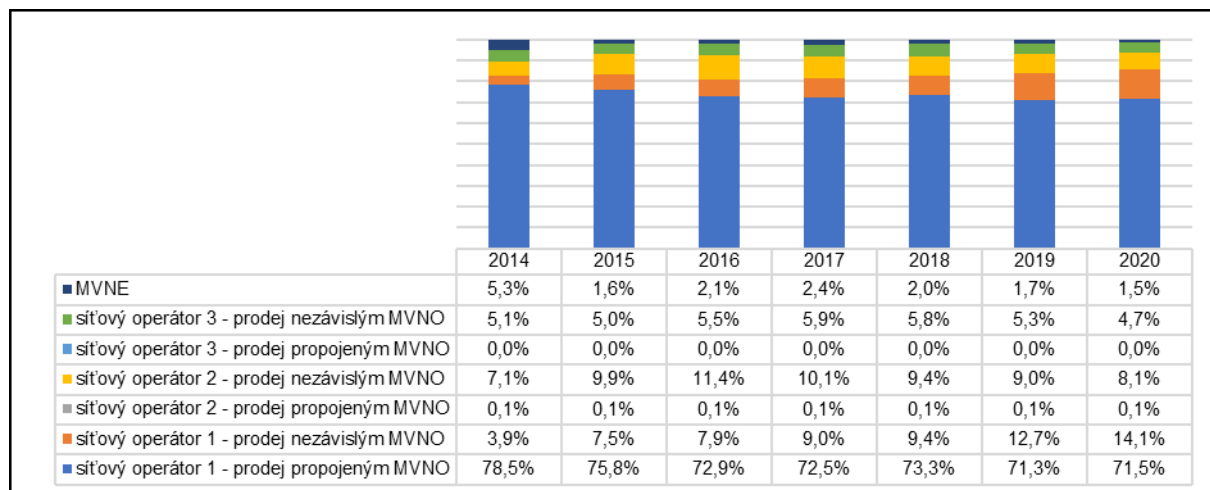


2359
2360
2361
2362

Graf 82 Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě objemu originovaných minut, včetně velkoobchodního přeprdeje se zahrnutím samozásobení (k 31. 12. 2020)
Zdroj: ČTÚ, 2021

2363 Bez zahrnutí samozásobení, jak zobrazuje Graf 83, byl největším poskytovatelem
2364 síťový operátor 1 s tržním podílem 85,6 % (z toho činí prodeje majetkově nezávislým MVNO
2365 71,5 % a prodeje majetkově propojeným MVNO 14,1 %). Dále na velkoobchodním trhu působil
2366 síťový operátor 2 s podílem 8,2 % (z toho činí prodeje majetkově nezávislým MVNO 8,1 %
2367 a prodeje majetkově propojeným MVNO 0,1 %). Dále síťový operátor 3 s 4,7 % a MVNE
2368 s 1,5% tržním podílem.

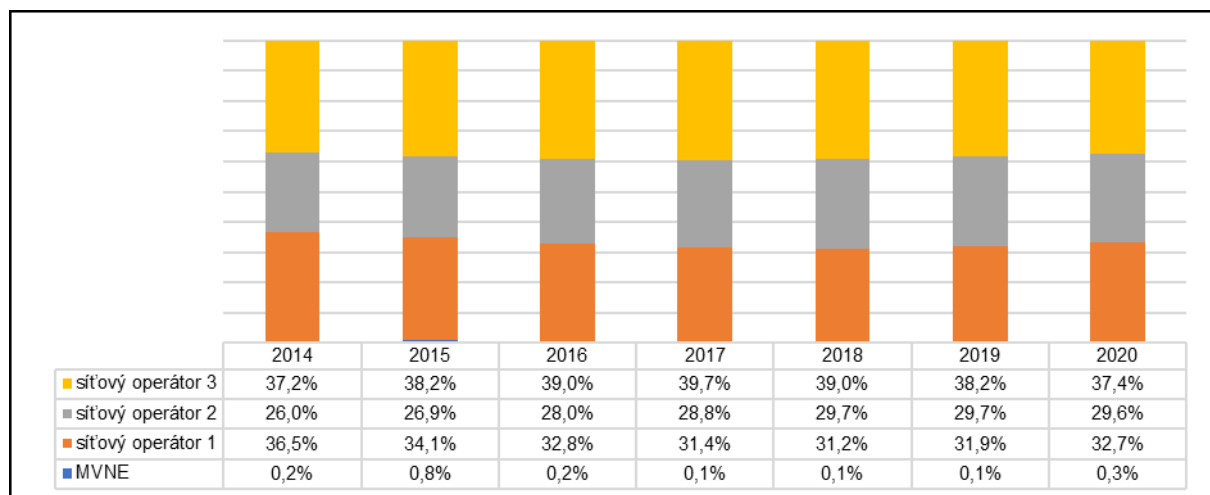
2369
2370
2371
2372



Graf 83 Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě objemu originovaných minut, včetně velkoobchodního přeprodeje bez zahrnutí samozásobení (k 31. 12. 2020)
Zdroj: ČTÚ, 2021

2373 Mezi roky 2014 a 2020 si lze všimnout značného propadu podílu MVNE, což bylo dáno
2374 jednak tím, že do roku 2014 ještě na trhu působila jako MVNE společnost GTS Czech s.r.o.,
2375 která zanikla fúzí se společností T-Mobile k 2. 1. 2015, a dále zejména skokově narůstajícími
2376 objemy velkoobchodních prodejů přímo ze strany MNO nově přichozím MVNO. V této
2377 souvislosti je možné zmínit zejména vstup majetkově propojených MVNO s O2, tj. Tesco
2378 Mobile a O2 Family na trh v roce 2013, resp. 2014.

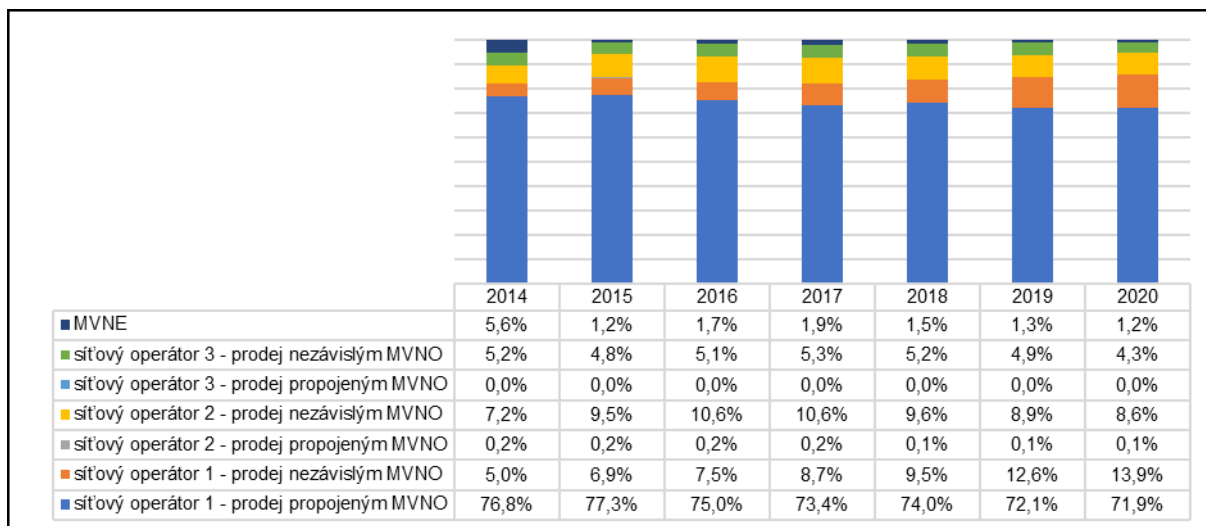
2379 Jak ukazuje Graf 84, tak největší tržní podíl na velkoobchodním trhu, z pohledu počtu
2380 odeslaných SMS, včetně samozásobení, měl k 31. prosinci 2020 síťový operátor 3 s podílem
2381 37,4 %, poté následovaly síťový operátor 1 s podílem 32,7 % a síťový operátor 2 s podílem
2382 29,6 %. Tržní podíl MVNE byl 0,3 %.



Graf 84 Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě počtu odeslaných SMS, včetně velkoobchodního přeprodeje se zahrnutím samozásobení (k 31. 12. 2020)
Zdroj: ČTÚ, 2021

2383
2384
2385
2386

2387 Jak ukazuje Graf 85, bez zahrnutí samozásobení, měla největší tržní podíl společnost
2388 síťový operátor 1 a to 85,8 % (z toho činí prodeje majetkově nezávislým MVNO 13,9 % a
2389 prodeje majetkově propojeným MVNO 71,9 %). Následoval síťový operátor 2 s podílem 8,7 %
2390 (z toho činí prodeje majetkově nezávislým MVNO 8,6 % a prodeje majetkově propojeným
2391 MVNO 0,1 %). Další v pořadí byl síťový operátor 3 s podílem 4,3 %. MVNE dosahovali tržního
2392 podílu 1,2 %.

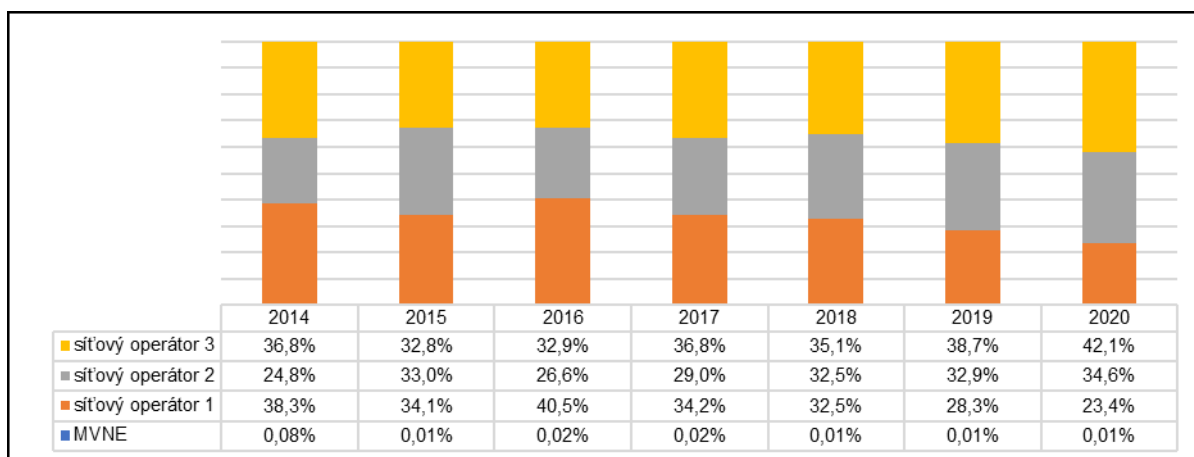


2393
2394
2395
2396

Graf 85 Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě počtu odeslaných SMS, včetně velkoobchodního přepraveje bez zahrnutí samozásobení (k 31. 12. 2020)
Zdroj: ČTÚ, 2021

2397
2398
2399
2400

Jak ukazuje Graf 86, na základě objemu přenesených dat, se zahrnutím samozásobení, má největší tržní podíl společnost síťový operátor 3 a to 42,1 %, následuje síťový operátor 2 s podílem 34,6 % a síťový operátor 1 s podílem 23,4 %. MVNE mají podíl 0,01 %.

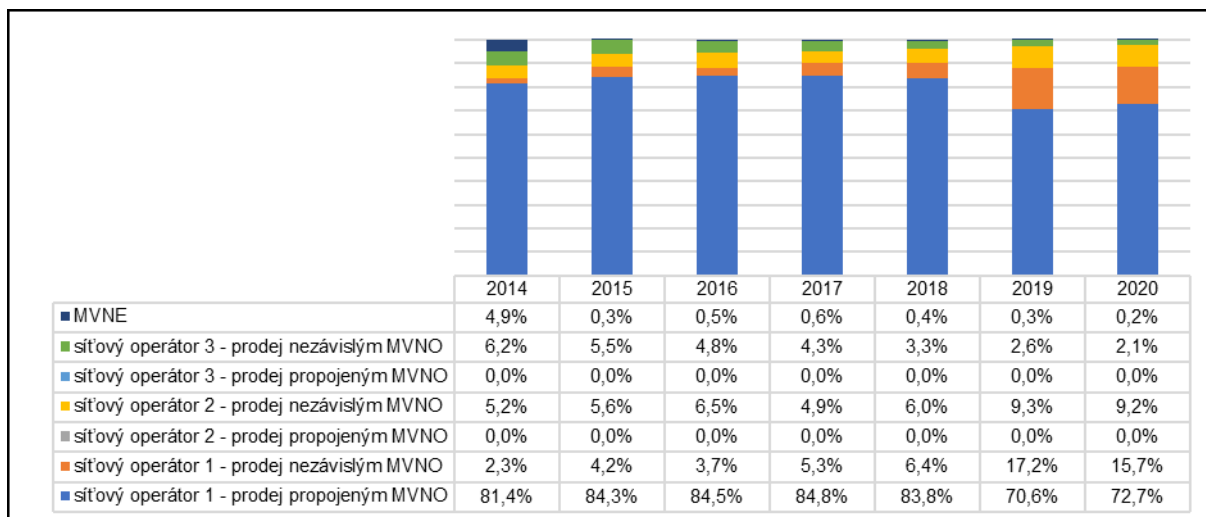


2401
2402
2403
2404

Graf 86 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

2405
2406
2407
2408
2409

Graf 87 pak ukazuje, že na základě objemu přenesených dat, bez zahrnutí samozásobení, je největším poskytovatelem síťový operátor 1 s tržním podílem 88,4 % (z toho činí prodeje majetkově nezávislým MVNO 15,7 % a prodeje majetkově propojeným MVNO 72,7 %). Následují síťový operátor 2 s podílem 9,2 %, a síťový operátor 3 s podílem 2,1 %. MVNE dosáhli tržního podílu 0,2 %.



Graf 87 Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě objemu přenesených dat, včetně velkoobchodního přeprdeje bez zahrnutí samozásobení (k 31. 12. 2020)
Zdroj: ČTÚ, 2021

2410
2411
2412
2413

2414 Pro dosažení komplexnosti hodnocení vývoje podílů na maloobchodním trhu je třeba
2415 popsat vývoj poptávky a nabídky dat na velkoobchodním i na maloobchodním trhu a trendy
2416 porovnat. Velkoobchodní nabídka dat rostla ve sledovaném období průměrným tempem 72 %
2417 ročně. Současně poptávka na maloobchodním trhu měřená vývojem objemu přenesených dat
2418 ze strany koncových zákazníků stoupala průměrným tempem 56 % ročně. Tato zvýšená
2419 poptávka je pokryta hlavně ze strany síťových operátorů, jelikož jejich nabídka na
2420 maloobchodním trhu rostla stejným průměrným tempem jako poptávka. Stejný vývoj byl
2421 zaznamenán i při vývoji nabídky dat ze strany MVNO majetkově propojených se síťovými
2422 operátory. Na druhé straně, nabídka dat MVNO majetkově nepropojených se síťovými
2423 operátory rostla průměrným tempem pouze 40 % ročně. Vývoj na maloobchodním trhu tak
2424 indikuje postupné vytlačování MVNO majetkově nepropojených se síťovými operátory.

2425 Pokud je na vývoj poptávky a nabídky dat pohlíženo z pohledu vývoje posledních tří let
2426 je patrné významné zhoršení pozice MVNO majetkově nepropojených se síťovými operátory
2427 především na velkoobchodním trhu. MVNO majetkově nepropojení se síťovými operátory
2428 dokážou prostřednictvím velkoobchodního trhu navyšovat svou kapacitu dat pouze na úrovni
2429 48 % ročně, zatímco MVNO majetkově propojení se síťovými operátory dokázali navyšovat
2430 kapacitu dat prostřednictvím velkoobchodního trhu průměrným tempem 98 % ročně.

2431 4.2 Vývoj ceny na velkoobchodním trhu

2432 V kapitole „Replikovatelnost nabídek na maloobchodním trhu z pohledu ceny a objemu
2433 mobilních služeb“ se popisuje vývoj cen na maloobchodním i velkoobchodním trhu. Pro účely
2434 vyhodnocení tržní síly se uplatní závěry z uvedené kapitoly, tj. že z pohledu dynamiky vývoje
2435 cen na velkoobchodním trhu a maloobchodním trhu mobilních služeb a jejich vzájemného
2436 srovnání je možné konstatovat, že ceny za jednotku hlasové služby, služby SMS a služby
2437 internetu v mobilu klesaly na maloobchodním trhu rychleji než ceny na velkoobchodním trhu,
2438 což má významný vliv na konkurenční pozici tržních subjektů z pohledu atraktivnosti jejich
2439 produktů pro koncové zákazníky. Zároveň lze na základě analýzy konstatovat, že virtuální
2440 operátoři nedokážou replikovat nabídky síťových operátorů zejména pokud jde o produkty
2441 v cenové hladině nad 500 Kč, tedy pokud jde o produkty s vyšším objemem dat.

2442 4.3 Další kritéria

2443 Vedle hodnocení tržních podílů a jejich vývoje bylo provedeno vyhodnocení dalších
2444 kritérií, na základě nichž je možné hodnotit možnou samostatnou významnou tržní sílu
2445 subjektů, působících na velkoobchodním trhu mobilních služeb.

2446 Z hlediska celkové velikosti podniků, měřeno kritérii jako jsou počet zákazníků (resp.
2447 SIM karet), tržby za prodané mobilní služby, vertikální integrace, nabídky dalších služeb
2448 (fixních, TV apod.), využívané rádiové kmitočty (pro zajišťování mobilních sítí), finanční síla,
2449 počet zaměstnanců, je možné konstatovat, že všichni tři síťoví operátoři – tj. T-Mobile, O2
2450 a Vodafone jsou na srovnatelné úrovni, a nelze říci, že by některý z nich oproti svým
2451 konkurentům disponoval nepoměrně většími výhodami, jako např. většími výnosy z rozsahu
2452 a ze šíře sortimentu, větší kapacitou sítě, vyšší kupní silou apod.

2453 Současně všichni tři síťoví operátoři disponují srovnatelnou nesnadno duplikovatelnou
2454 infrastrukturou, nezbytnou pro poskytování služeb v mobilních sítích, která není dostupná
2455 konkurenčním subjektům (např. typu MVNE) na velkoobchodním trhu. Při hodnocení mobilních
2456 sítí jednotlivých síťových operátorů nelze rovněž u žádného z nich nalézt technologickou
2457 výhodu či převahu, která by mu umožňovala přednostní, popřípadě výlučný přístup k vyspělým
2458 technologiím, ke kterým by ostatní subjekty přístup neměly. O tom ostatně vypovídá
2459 i srovnatelná struktura investičních nákladů, které jednotliví síťoví operátoři v průběhu času
2460 vynakládají, jak zobrazuje Graf 74.

2461 Po vyhodnocení kritérií posuzujících samostatnou významnou tržní sílu nebyla na
2462 velkoobchodním trhu mobilních služeb v České republice shledána působnost takového
2463 subjektu, který by byl individuálně v pozici umožňující mu chovat se ve značné míře nezávisle
2464 na ostatních soutěžitelích či zákaznících a spotřebitelích.

2465 **4.3.1 Snižující se elasticita nákladové struktury MNO a z toho plynoucí** 2466 **nižší motivace k poskytování velkoobchodních služeb**

2467 Na základě analýzy finančních výkazů MNO v ČR, ale i v jiných zemích, je možno
2468 konstatovat, že elasticita nákladů vůči změně počtu obsluhovaných zákazníků je u všech typů
2469 nákladů, kromě nákladů na provize prodejním kanálům, velice nízká. To znamená, že MNO
2470 nedokážou pružně snižovat náklady v uvedených kategoriích v případě, že nedosáhnou
2471 plánovaných obchodních výsledků. To platí také pro náklady na marketing na maloobchodním
2472 trhu, protože v případě jejich omezení MNO snižuje svou „viditelnost“ na trhu a ohrožuje tak
2473 své obchodní výsledky do budoucnosti. V případě, že obchodní výsledky přesáhnou plán, tak,
2474 vzhledem k úsporám z rozsahu na straně MNO, se tyto náklady (s výjimkou nákladů na
2475 provize prodejním kanálům) zásadně nezvyšují. Je proto možno konstatovat, že se tyto typy
2476 nákladů svou povahou řadí spíše k nákladům fixním.

2477 Vzhledem ke skutečnosti, že náklady na prodejní kanál představují na trhu ČR 2 až
2478 6násobek měsíčního výnosu (ARPU) akvírovaného zákazníka nebo zákazníka v retenci⁶⁷, jsou
2479 MNO vzhledem k velikosti své zákaznické báze na maloobchodním trhu nuceny hledat úsporu
2480 nákladů na tyto činnosti. Základním trendem tohoto posunu je přechod na digitální (online,

⁶⁷ Zdroj: zjišťování IstroAnalytica Advisory s.r.o.

2481 mobilní aplikace) prodejní a retenční kanály a kanály péče o zákazníky a s tím spojeno snížení
2482 nákladů na zákaznické aktivity⁶⁸.

2483 Vzhledem na výše uvedené by pak v ilustrativním případě přechodu maloobchodního
2484 zákazníka od MNO k MVNO, který by využíval velkoobchodní služby stejného MNO, došlo u
2485 MNO ke ztrátě části marže, protože MNO by nedokázal lineárně vykompenzovat ztrátu marže
2486 na maloobchodním trhu snížením nákladů.

Závěr k samostatné tržní síle:

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

2487 Při hodnocení situace na celém velkoobchodním trhu, tj. včetně samozásobení
2488 síťových operátorů, je zřejmé, že žádný ze stávajících poskytovatelů nedosahuje samostatně
2489 takového tržního podílu, který by mu umožňoval chovat se ve značné míře nezávisle na
2490 konkurenci, zákaznících a spotřebitelích. Při hodnocení tržní situace na základě tržních podílů
2491 bez zahrnutí samozásobení síťových operátorů je patrné, že významným poskytovatelem
2492 služeb na velkoobchodní úrovni je ke konci roku 2020 společnost O2 Czech Republic a.s., jejíž
2493 tržní podíl z hlediska velkoobchodně prodaného počtu SIM karet, prodaných minut, SMS a
2494 mobilních dat se pohybuje zhruba mezi 65 a 86 %. Tyto poměrně vysoké hodnoty ovšem
2495 vypovídají pouze o malé části trhu (odpovídající souhrnnému tržnímu podílu virtuálních
2496 operátorů), neboť nezahrnují zmíněné samozásobení síťových operátorů.

2497 Rovněž byla hodnocena i stálost tržních podílů u jednotlivých poskytovatelů. Z výše
2498 uvedených grafů je patrné, že ačkoliv výše tržních podílů z hlediska velkoobchodního prodeje
2499 minut, SMS a dat se zpravidla u jednotlivých poskytovatelů v průběhu času mění, je současně
2500 zřejmé, že dynamika velkoobchodního prodeje SIM karet z hlediska tržních podílů je poměrně
2501 malá a přesuny mezi jednotlivými poskytovateli nenaznačují rozvinutou hospodářskou soutěž.
2502 Tržní podíl MVNE, a to i z hlediska jeho vývoje, je zanedbatelný a pohybuje se v řádu desetin
2503 procenta.

2504 5. Hodnocení společné významné tržní síly

2505 Poté, co nebylo shledáno, že by v České republice na vymezeném velkoobchodním
2506 trhu mobilních služeb působil samostatný subjekt s významnou tržní silou, byl trh analyzován
2507 z hlediska nalezení možné společné významné tržní síly tvořené více subjekty, a to společné
2508 významné tržní síly všech tří síťových operátorů – O2, T-Mobile a Vodafone.

2509 Předpokladem zkoumání společného významného vlivu na trhu je situace, kdy několik
2510 podniků, které jsou právně a hospodářsky navzájem nezávislé, může mít společnou
2511 významnou tržní sílu za předpokladu, že se z ekonomického hlediska prezentují nebo
2512 spolupůsobí na určitém trhu jako kolektivní subjekt.

2513 Pro zjištění společné významné tržní síly není nezbytná existence dohody nebo jiných
2514 právních vztahů. Takové zjištění se může zakládat i na jiných kritériích a závisí na

⁶⁸ 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

2515 hospodářském posouzení, především na posouzení struktury trhu. Pro potvrzení nebo
2516 vyvrácení společného významného vlivu (tj. existence tiché koordinace) je nutné provést
2517 hospodářský test stanovený Evropským soudním dvorem (ESD), který je založen na
2518 otestování těchto tří tržních charakteristik:

- 2519 • transparentnost;
- 2520 • udržitelnost;
- 2521 • vnější faktory.

2522 **5.1 Způsobilost trhu k tacitní koluzi a transparentnost trhu**

2523 Nejprve bylo posouzeno, zda je vymezený trh mobilních služeb v České republice
2524 způsobilý k tacitní koluzi, resp. je dostatečně transparentní. Pro tento účel bylo provedeno
2525 vyhodnocení níže uvedených kritérií.

2526 Podstatou tohoto kritéria je, že každý člen participující na koluzi musí mít možnost znát
2527 chování ostatních členů a zjistit, zda ostatní participující členové přijali stejnou strategii a zda
2528 ji uplatňují. Proto musí existovat dostatečná transparentnost trhu, aby mohli dostatečně přesně
2529 a rychle vyhodnotit způsob, jakým se vyvíjí tržní chování konkurence.

2530 **Existence referenčního bodu**

2531 V tomto bodě byla vyhodnocena možná existence minimálně jednoho referenčního
2532 bodu (parametru), na základě kterého by se subjekty účastníci se tacitní koluze mohly
2533 orientovat a vzájemně koordinovat své jednání bez toho, aby se výslovně dohodly. Referenční
2534 bod tak musí být dostatečně významný pro to, aby společná strategie na jeho základě byla
2535 schopná omezit či jinak ovlivnit účinnou hospodářskou soutěž, a zároveň musí být dostatečně
2536 jednoduchý a snadno určitelný.

2537 Možná existence referenčního bodu byla posuzována mj. na souvisejícím
2538 maloobchodním trhu.

2539 ČTÚ má za to, že alespoň jeden takovýto referenční bod na maloobchodním trhu
2540 mobilních služeb v České republice existuje a je jím cena mobilních služeb, která v sobě
2541 reflektuje i cenu mobilních služeb na velkoobchodním trhu. Ačkoliv lze předpokládat, že
2542 jednotliví síťoví operátoři navzájem své velkoobchodní nabídky neznají, je zřejmé, že je mohou
2543 monitorovat přeneseně právě prostřednictvím maloobchodního trhu mobilních služeb, a to v
2544 nabídkách jednotlivých operátorů – jak virtuálních operátorů, tak ostatních síťových operátorů,
2545 kteří nabízejí maloobchodní služby na základě samozásobení.

2546 Cena mobilních služeb na maloobchodním trhu byla shledána referenčním bodem i s
2547 ohledem na fakt, že odklon od koordinovaného chování (v rámci tacitní koluze) může být
2548 realizován vedle velkoobchodního prodeje virtuálním operátorům (za nekoordinovanou cenu)
2549 také chováním samotných MNO na maloobchodním trhu, kdy mohou sami nabídnout mobilní
2550 služby za takovou cenu, kterou by ostatní soutěžitelé již vyhodnotili jako odklon od
2551 koordinované strategie.

2552 Referenční bod, tj. cena mobilních služeb, ovlivňuje i počet SIM karet účastníka tacitní
2553 koluze, resp. jeho tržní podíl na maloobchodním trhu. Možnost sledovat počet SIM karet mají
2554 síťoví operátoři jednak prostřednictvím Národní referenční databáze přenesených čísel v

2555 prostředí mobilních sítí, ve které mohou detailně a víceméně bezprostředně sledovat přesuny
2556 telefonních čísel mezi jednotlivými operátory, a dále také prostřednictvím kvartálních
2557 a výročních zpráv samotných operátorů. Současně je však nutné mít na zřeteli fakt, že ze
2558 samotného přesunu zákazníků mezi operátory, resp. změn tržních podílů, nevyplývá pro MNO
2559 konkrétní příčina této změny, ta musí být následně analyzována na maloobchodním trhu
2560 prostřednictvím aktuálně dostupných nabídek pro zákazníky.

2561 Skutečnost, že na trhu existuje větší množství nabízených tarifů neznamená, že MNO
2562 nemají o těchto tarifech přehled a nedokážou se podle něj velmi dobře orientovat. I když na
2563 trhu existuje vícero tarifů a balíčků s různými parametry, je zcela zřejmé, že nadnárodní
2564 společnosti s tisíci zaměstnanci a týmy zaměřenými na monitoring trhu a konkurence
2565 jsou schopny zcela jednoduše tržní situaci sledovat. Na trhu se objevují sice různé tarify
2566 a balíčky, ale vždy se jedná o určitou kombinaci balíčku dat, hlasu a SMS, rychlosti dat, FUP
2567 a ceny, tedy o homogenní služby. Jednoduchost a určitelnost monitorování maloobchodních
2568 cen umožňuje srovnávací nástroj provozovaný ČTÚ na základě zákonné povinnosti dle § 66a,
2569 který dle zadání spotřebitelem vyhodnotí jednotlivé tarify a seřadí je podle výše
2570 maloobchodní ceny. Srovnávací nástroj kromě ceny obsahuje i doprovodné parametry, které
2571 doplňují informaci o charakteristice tarifu. Do tohoto nástroje jsou povinni zadávat aktuální
2572 informace o nabídkách mobilních služeb všichni poskytovatelé služeb spotřebitelům. Na trhu
2573 existují i neveřejné retenční nabídky u MNO, ale jejich zastoupení je nevýznamné a v čase
2574 klesá.

2575 V neposlední řadě ČTÚ dodává, že sami MNO prezentují své „vlajkové“ produkty
2576 formou televizních, tiskových či dalších reklam a tyto produkty slouží k jednodušší orientaci
2577 v masových nabídkách MNO. Úřad má za to, že maloobchodní ceny plní roli referenčního
2578 bodu, kolem kterého jsou subjekty se společnou významnou tržní silou schopny se
2579 koordinovat. Na základě výše uvedeného má ČTÚ za to, že zkoumaný trh je pro mobilní síťové
2580 operátory, co se týče uplatňovaných maloobchodních cen dostatečně transparentní pro
2581 monitorování a udržování společné strategie.

2582 Pro účely vymezení referenčního bodu nejsou relevantní neveřejné ceny, které jsou
2583 v ČR na ústupu. I pokud by je ČTÚ v potaz bral, je zřejmé, že MNO mají také orientační
2584 informace také o výši těchto neveřejných nabídek ostatních MNO. MVNO neveřejné ceny na
2585 trhu téměř nenabízejí. Zároveň dle statistik o počtu přenesených čísel ke změně MNO (zřejmě
2586 na základě neveřejné nabídky) dochází v poměrně nízké míře a z vývoje tržních podílů MNO
2587 vyplývá, že nedochází k systematickému přesunu zákazníků k jednomu z MNO, který by
2588 nabízel natolik lákavé neveřejné nabídky a v takovém rozsahu, aby se to projevilo v tržním
2589 podílu některého z MNO.

2590 ČTÚ dále uvádí, že ke koordinaci mezi MNO na základě ceníkových cen již historicky
2591 několikrát došlo. Lze očekávat, že případná zásadní změna chování některého z MNO
2592 na velkoobchodním trhu (např. pokud by jeden z MNO na velkoobchodním trhu na nabídl pro
2593 MVNO výhodnou nabídku, na jejímž základě by MVNO mohli replikovat nabídky MNO, včetně
2594 tarifů s velkými či neomezenými datovými balíčky) by se nutně musela projevit
2595 na maloobchodním trhu, zejména v cenové hladině maloobchodních cen.

2596 ČTÚ proto zastává názor, že ceny balíčků jsou referenčním bodem, díky němuž je trh
2597 transparentní a způsobilý k tacitní koluzi. O tom svědčí v neposlední řadě také historické
2598 chování MNO, kdy to byla právě změna maloobchodních ceníkových cen vybraných tarifů,
2599 která byla hlavním tím hlavním referenčním bodem, podle něhož se MNO orientovali.

2600 Parametr, který byl zvažován jako eventuální další referenční bod, je kvalita
2601 poskytované služby, konkrétně parametrické omezení maximální přenosové rychlosti.
2602 Možnost monitorování tohoto parametru by opět byla možná prostřednictvím maloobchodních
2603 nabídek virtuálních operátorů. S ohledem na nízkou preferenci tohoto ukazatele ze strany
2604 zákazníků ve srovnání s parametrem ceny služby, však přenosová rychlost jako referenční
2605 bod nebyla vyhodnocena. Nedůležitost tohoto parametru je evidentní i ze strany samotných
2606 operátorů, neboť u většiny tarifů nevyužívají jako rozlišovací parametr rychlost mobilní služby.
2607 ČTÚ nevyklučuje důležitost tohoto parametru v budoucnu, nicméně neočekává, že by tomu bylo
2608 v době vymezené touto analýzou.

2609 Z pohledu současně uplatňovaných parametrů týkajících se kvality poskytované služby
2610 (např. upload, zpoždění, jitter, případně spolehlivost sestavení hovoru, čas sestavení hovoru
2611 aj.) nelze tyto kvalitativní ukazatele považovat za schopné významně ovlivnit rozhodování
2612 koncových účastníků a tím potenciálně i hospodářskou soutěž na trhu. Tyto parametry navíc
2613 obvykle nebývají součástí zveřejňovaných ceníků služeb či obchodních podmínek nabízených
2614 služeb, což je překážkou pro jejich snadný monitoring, a není tak pravděpodobné, že by mohly
2615 sloužit jako referenční bod.

2616 Dále byl jako referenční bod zvažována hodnota FUP limitů v nabídkách MNO u
2617 Mobilních tarifů s daty a Mobilního internetu, avšak jako vhodnějším parametrem byla
2618 vyhodnocena výše uvedená cena mobilních služeb. A to jednak z důvodu, že v ceně (a
2619 přepočtené jednotkové ceně) je již objem nakupovaných jednotek (tedy i FUP limit u mobilních
2620 datových služeb) reflektován, a dále rovněž z důvodu značného rozsahu uplatňovaných FUP
2621 limitů ze strany MNO, kdy lze na maloobchodním trhu nalézt jak nabídky obsahující řádově
2622 pouze desítky či stovky MB, tak současně nabídky obsahující neomezená data. Stanovení
2623 hranice, která by byla pro MNO směrodatná z hlediska monitorování odklonu od koordinované
2624 strategie, by tak byla jen složitě stanovitelná, a tudíž nepravděpodobná.

2625 **Na základě výše uvedeného byla shledána existence referenčního bodu – ceny**
2626 **mobilních služeb na maloobchodním trhu, na základě kterého by se MNO mohli**
2627 **orientovat a vzájemně koordinovat své jednání při nastavování podmínek na**
2628 **velkoobchodním trhu bez toho, aby se výslovně dohodli. Uvedené dílčí kritérium tedy**
2629 **indikuje způsobilost trhu k tacitní koluzi, neboť shledalo existenci referenčního bodu,**
2630 **jakožto i dostatečnou transparentnost trhu.**

2631 **Symetrické postavení**

2632 V tomto kritériu bylo hodnoceno, zda je postavení dotčených subjektů ve vztahu k
2633 relevantnímu trhu symetrické, neboť se jedná o znak toho, že společná strategie na základě
2634 tacitní koluze je pak pro zúčastněné subjekty jednodušší. Součástí posouzení symetrického
2635 postavení stran je vyhodnocení následujících kritérií.

2636 Ve smyslu odstavce 81 Pokynů prokázání dosažení minimálního rozsahu symetrie
2637 podílů na trhu je třeba posuzovat z hlediska vnitrostátních okolností a relevantního trhu s
2638 ohledem na potřebu podporovat efektivní vstup na trh. Příloha k doporučení Komise
2639 2009/396/ES ze dne 7. května 2009 o regulaci sazeb za ukončení volání v pevných a mobilních
2640 sítích v EU, na kterou odstavec 81 Pokynů odkazuje, stanovuje, že při určování minimálního

2641 efektivního rozsahu pro účely zohlednění podílů na trhu se doporučuje stanovit rozsah ve výši
2642 20 % podílu na trhu.⁶⁹

2643 Výpočet tržních podílů z kvantitativního hlediska (celkového počtu aktivních SIM karet)
2644 a z kvalitativního hlediska (celkové tržby za mobilní služby) prokázal, že maximální individuální
2645 podíly dosahuje společnost T-Mobile Czech Republic a. s., a to z obou hledisek. Dále tento
2646 výpočet prokázal, že i přesto, že na nabídkové straně trhu s mobilními službami působí v
2647 současnosti 139 subjektů, jen 3 subjekty dosahují podíl nad 20 % a jen dva subjekty z hlediska
2648 počtu aktivních SIM karet a 1 subjekt z hlediska celkových tržeb dosahují tržní podíl nad 30 %.
2649 Naopak, z hlediska celkových tržeb, až 136 subjektů dosahuje kumulativní podíl 6 % a až 133
2650 subjektů dosahuje kumulativní podíl 2 %. Z hlediska celkového počtu aktivních SIM karet 136
2651 subjektů dosahuje 8 % podíl a 133 subjektů dosahuje 4 % tržní podíl.

2652 Na základě těchto přepočtů symetrický tržní podíl⁷⁰, tedy podíl odpovídající 1 subjektu
2653 na trhu v případě, že by všechny tržní subjekty na nabídkové straně trhu s mobilními službami
2654 dosahovaly stejný podíl, představuje 0,72 %.

2655 Doporučený rozsah symetrie tržních podílů na trhu mobilních služeb v České republice,
2656 tedy rozdíl mezi skutečně dosahovanými podíly a symetrickým tržním podílem ve výši 20 %,
2657 překračují 3 subjekty, konkrétně T-Mobile Czech Republic, a.s., O2 Czech Republic, a.s. a
2658 Vodafone Czech Republic, a.s., a to v obou agregovaných ukazatelích.

2659 Struktura trhu mobilních služeb byla dále hodnocena prostřednictvím pomocného
2660 ukazatele Herfindahlova indexu, používaného v hospodářské soutěži k měření koncentrace
2661 hodnoceného odvětví na trhu. Jde o nástroj pro měření konkurence v určitém odvětví a je
2662 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
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

2663 Tabulka 11 Herfindahlův index pro relevantní maloobchodní trh mobilních služeb
2664 Zdroj: ČTÚ, 2021

2665 Výpočet Herfindahlova indexu na základě tří různých ukazatelů tržní síly jednoznačně
2666 prokázal, že v každém sledovaném roce a v každém sledovaném tržním ukazateli nabývá
2667 hodnoty vyšší než 0,18, což znamená, že relevantní maloobchodní trh dosahuje velmi vysokou
2668 tržní koncentraci, a to minimálně od roku 2014. Navíc, koncentrace trhu se zvyšuje zejména v
2669 případě datových služeb a v případě tržeb za přenesená data za mobilní tarify s daty ad hoc.

⁶⁹ Viz kap. Tržní podíly a jejich vývoj na velkoobchodním trhu

⁷⁰ 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>

2670 Z hlediska tržního podílu jednotlivých síťových operátorů na celém trhu mobilních
2671 služeb, reprezentovaného celkovým počtem SIM karet⁷¹, je patrné, že k významným změnám
2672 v tržních podílech nedochází, tržní podíly tří síťových operátorů, měřeno počtem prodaných
2673 SIM karet na velkoobchodním trhu (včetně samozásobení), se v průběhu posledních let
2674 významným způsobem nemění a jednotliví síťoví operátoři si zhruba udržují svůj tržní podíl.

2675 Totéž je patrné i z hlediska tržních podílů podle tržeb za mobilní služby⁷² – tedy, že
2676 jednotliví síťoví operátoři si udržují zhruba svůj tržní podíl a ten se v čase významně nemění.

2677 V této souvislosti ČTÚ vyhodnocoval i tržní podíly pouze na velkoobchodním trhu (bez
2678 samozásobení). Jelikož se však z pohledu SIM karet prodaných na velkoobchodním trhu jedná
2679 po období několika let o téměř zanedbatelnou část trhu neshledává ČTÚ tento pohled za
2680 relevantní pro hodnocení postavení jednotlivých MNO za dostatečně vypovídající o jejich
2681 postavení na definovaném velkoobchodním trhu mobilních služeb.

2682 ČTÚ v rámci hodnocení symetričnosti postavení jednotlivých MNO na mobilním trhu
2683 uvažoval i možné efekty sdílení mobilních sítí v ČR, v rámci kterého 2 MNO mají uzavřenu
2684 dohodu o sdílení a 1 MNO se sdílení mobilní sítě neúčastní. S ohledem na značnou profitabilitu
2685 všech MNO (tj. včetně MNO který se sdílení neúčastní) na českém trhu, jak je uvedeno
2686 v kapitole 2.3 Vysoké zisky síťových operátorů v ČR na úkor spotřebitelů, však ČTÚ
2687 neshledává možné nákladové úspory 2 MNO sdílejících rádiovou přístupovou část mobilní sítě
2688 za faktor narušující motivaci a schopnost nesdílejícího MNO následovat společnou strategii
2689 zbývajících MNO týkající se podmínek (vč. cenových) na velkoobchodním trhu.

2690 V návaznosti na časové vymezení této analýzy a navrhovaných opatření má ČTÚ dále
2691 za to, že z pohledu symetričnosti je možné shledat postavení jednotlivých MNO na trhu za
2692 dostatečně podobné. Časové vymezení této analýzy zahrnuje období do 31. 12. 2023 a ČTÚ
2693 je přesvědčen, na základě svých poznatků i informací z trhu, že do tohoto období na mobilní
2694 trh (maloobchodní i velkoobchodní) nevstoupí žádný nový subjekt, který by mohl současnou
2695 tržní situaci změnit. Případný vstup alespoň jednoho (1) ze tří (3) subjektů (společností Nordic
2696 Telecom, Centronet/Nej.cz a PODA) na mobilní trh na základě závazku národního roamingu
2697 společnosti O2 vyplývajícího z poslední aukce 5G kmitočtů v roce 2020 je v daném období
2698 velmi nepravděpodobný. Případné efekty dotčené aukce tak nelze považovat za faktor, který
2699 by měl na vyhodnocované tržní podmínky vliv. I s ohledem na dotčený závazek společnosti
2700 O2 z poslední aukce je v tomto vymezeném období možné považovat postavení této
2701 společnosti za dostatečně podobné a symetrické s ostatními dvěma (2) MNO. Motivace
2702 společnosti O2 dodržovat s ostatními dvěma (2) MNO společnou strategii vzhledem
2703 k vymezenému mobilnímu trhu tak v tomto ohraničeném období není dotčena. S ohledem na
2704 předpokládaný termín možného vstupu nového operátora na základě nároku na národní
2705 roaming v síti společnosti O2 na trh, který je odhadován v optimistické variantě až ke konci
2706 roku 2023, nebude uvedené postavení a chování společnosti O2 v daném období ovlivněno
2707 ani nástroji ČTÚ, které má pro vymáhání daného závazku.

2708 Vzhledem k tomu, že všichni tři (3) síťoví operátoři mají přidělené a využívají obdobné
2709 rozsahy spektra, které budou mít k dispozici i po vymezené období, mají stejné možnosti
2710 vytvářet obdobné nabídky služeb co do rozsahu, kvality a pro stejné segmenty zákazníků.
2711 I z tohoto pohledu mají symetrické postavení.

⁷¹ Viz Graf 80

⁷² Viz Graf 33

2712 Na základě výše uvedeného vyhodnocení tržních podílů (tržní podíly MNO jsou
2713 dostatečně podobné), jejich vývoje v čase (tržní podíly jsou stabilní) a dalších faktorů
2714 je možné konstatovat, že toto dílčí kritérium svědčí ve prospěch symetrického
2715 postavení a indikuje tedy způsobnost trhu k tacitní koluzi.

2716 Vertikální integrace

2717 V tomto kritériu bylo hodnoceno, na jaké úrovni dodavatelského řetězce se dotčené
2718 subjekty (T-Mobile, O2 a Vodafone) nacházejí. Obecně platí, že udržitelnou společnou
2719 strategií, a případnou společnou významnou tržní silou, mezi soutěžiteli zpravidla naznačuje
2720 skutečnost, že dotčené subjekty jsou na stejné úrovni dodavatelského řetězce, neboť jsou-li
2721 dané subjekty ve shodné pozici vertikálně integrovaného operátora, mají i stejnou pozici
2722 v kontrole svých nákladů a kapacity.

2723 Na základě dostupných informací je možné uvést, že uvedené společnosti – T-Mobile,
2724 O2 a Vodafone působí na stejné úrovni dodavatelského řetězce, tedy jak na maloobchodním,
2725 tak současně na velkoobchodním trhu v České republice. Je tak možno konstatovat, že
2726 uvedení síťoví operátoři jsou ve shodné pozici vertikálně integrovaných síťových operátorů.

2727 Z hlediska hodnocení vertikální integrace nebylo hodnoceno jako podstatné, že
2728 společnost O2 využívá outsourcovanou mobilní síť, poté co byla dne 1. června 2015 dovršena
2729 dobrovolná separace, v rámci které vznikla odštěpením od společnosti O2 společnost CETIN,
2730 na kterou bylo převedeno vlastnictví datových center, pevné veřejné komunikační sítě a
2731 fyzické infrastruktury veřejné mobilní komunikační sítě, jakožto anténní stožáry, přenosové
2732 systémy vč. přiřazených prostředků, vyjma mobilních ústředí. Kmitočtové přiděly v pásmech
2733 450, 700, 800, 900, 1800, 2100 a 2600 MHz pro provozování mobilních sítí a z nich vyplývající
2734 individuální oprávnění nadále zůstala v užívání společnosti O2. Vzhledem k tomu, že výše
2735 uvedené kmitočtové přiděly a mobilní ústředny zůstávají nadále ve vlastnictví společnosti O2,
2736 je provozovatelem veřejné mobilní komunikační sítě stále společnost O2. Společnost O2 také
2737 vstupuje do velkoobchodních smluvních vztahů s MVNO a v tomto smyslu se tak
2738 velkoobchodního mobilního trhu dobrovolná separace nijak nedotkla. Současně je zřejmé, že
2739 všichni MNO disponují zhruba stejným přidělem celoplošných rádiových kmitočtů v současné
2740 době používaných a vhodných pro poskytování mobilních služeb (jak na velkoobchodní, tak
2741 maloobchodní úrovni).

2742 S ohledem na skutečnost, že všichni MNO působí na trhu v roli vertikálně
2743 integrovaných operátorů (tj. působí jak na maloobchodní, tak velkoobchodní úrovni
2744 trhu ve stejné úrovni dodavatelského řetězce) je možno konstatovat, že uvedené dílčí
2745 kritérium indikuje způsobnost trhu k tacitní koluzi.

2746 Homogenita služeb

2747 Při vyhodnocování možné tacitní koluze bylo rovněž realizováno srovnání, zda dotčené
2748 subjekty (T-Mobile Czech Republic a.s., O2 Czech Republic a.s. a Vodafone Czech Republic
2749 a.s.) nabízejí podobné produkty a služby. V tomto případě se jedná zejména o homogenitu
2750 produktu/služby z pohledu užití ze strany koncového uživatele, a v návaznosti na způsobnost
2751 k jejich monitorování na základě jednotného referenčního bodu.

2752 Samotná homogenita služeb se zkoumá jako jedno z kritérií při hodnocení způsobnosti
2753 trhu k tacitní koluzi. Při posuzování homogenity služeb se pak vyhodnocují technické

2754 parametry služeb, jejich dostupnost, způsob jejich použití vč. koncových zařízení,
2755 a v neposlední řadě cena služeb a jejich struktura.

2756 Poté, co byly v rámci vymezení maloobchodního trhu (detailně viz kapitola Vymezení
2757 a hodnocení trhu pro účely analýzy) srovnány nabídky základních mobilních služeb, tj.
2758 mobilního hlasového volání, služeb SMS a mobilních datových služeb, operátorů T-Mobile
2759 Czech Republic a.s., O2 Czech Republic a.s. a Vodafone Czech Republic a.s. a všech
2760 virtuálních operátorů, je možné konstatovat, že z hlediska jejich použití ze strany koncových
2761 zákazníků vykazují vysokou míru podobnosti z hlediska technických parametrů, dostupnosti,
2762 pokrytí, a dalších důležitých parametrů.

2763 Při hodnocení výše uvedených kritérií se bere v potaz fakt, že síťoví operátoři nabízejí
2764 shodné portfolio základních služeb, včetně roamingu a mezinárodních hovorů, a to jak ve
2765 formě post-paid, tak pre-paid. Uvedené služby nabízejí jak rezidentním, tak firemním
2766 zákazníkům. Dále, že shodně nabízejí dvě varianty uzavření účastnických smluv – buď na
2767 dobu neurčitou nebo na dobu určitou (24 měsíců), přičemž smlouvy na dobu určitou jsou
2768 cenově zvýhodněny oproti smlouvám uzavřeným na dobu neurčitou. Síťoví operátoři rovněž
2769 disponují srovnatelnou maloobchodní prodejní sítí, realizovanou prostřednictvím vlastních
2770 prodejen a externích partnerů (např. na bázi franšizingu).

2771 Z hlediska hodnocení ceny, jakožto jednoho z klíčových parametrů – a to jak na straně
2772 nabídky, tak na straně poptávky, je možno konstatovat, že maloobchodní nabídky výše
2773 uvedených služeb jsou do určité míry homogenní. Na druhou stranu různé složení jednotlivých
2774 nabídek (tarifů) a způsob jejich zpoplatnění snižuje homogenitu cen. Nicméně, nástroj pro
2775 srovnání cen (a kvality) na základě uživatelem definované spotřeby, který v tomto roce (tj.
2776 2021) vytvořil ČTÚ, posiluje transparentnost a srovnatelnost cen.

2777 Skutečnost, že na trhu existuje větší množství nabízených tarifů neznamena, že MNO
2778 nemají o těchto tarifech přehled a nedokážou se podle něj velmi dobře orientovat. I když na
2779 trhu existuje vícero tarifů a balíčků s různými parametry, je zcela zřejmé, že nadnárodní
2780 společnosti s tisícičkami zaměstnanců a týmy zaměřenými na monitoring trhu a konkurence
2781 jsou schopny zcela jednoduše tržní situaci sledovat. Na trhu se objevují sice různé tarify a
2782 balíčky, ale vždy se jedná o určitou kombinaci balíčku dat, hlasu a SMS, rychlosti dat, FUP
2783 a ceny, tedy o homogenní služby.

2784 **Celkově ČTÚ hodnotí srovnávané maloobchodní služby jako z podstatné části**
2785 **homogenní – zejména pokud jde o technické parametry, dostupnost těchto služeb**
2786 **a způsob jejich užití (vč. kompatibility koncových zařízení napříč mobilními sítěmi v ČR)**
2787 **a ceny. Uvedené dílčí kritérium tak nasvědčuje způsobilosti trhu k tacitní koluzi.**

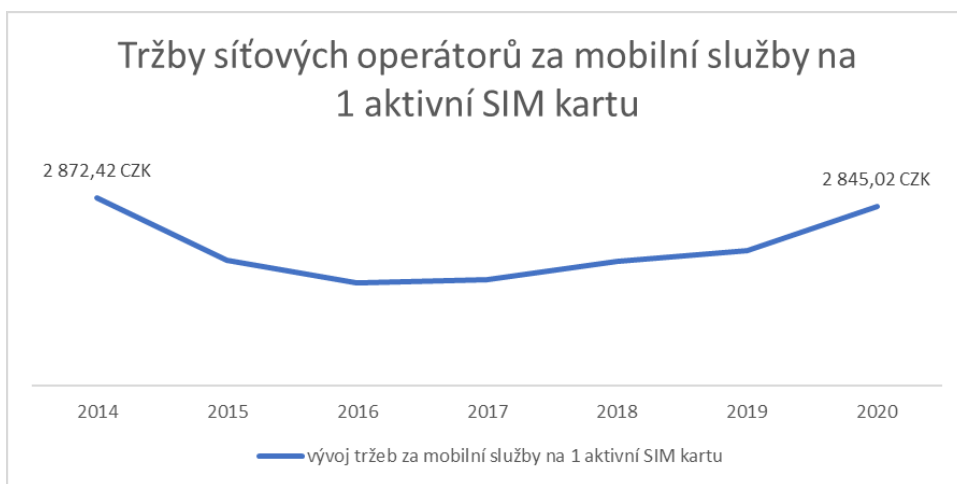
2788 **Výhodnost tacitní koluze z hlediska dlouhodobého zisku**

2789 Ze samotné ekonomické teorie vyplývá, že pro soutěžitele na oligopolním trhu je
2790 ekonomicky výhodnější, když využívají koordinovanou strategii, ať už ve smluvní či tacitní
2791 podobě, neboť tak dosahují vyšších cen (a tím i tržeb a výnosů) oproti situaci, kdy by si cenově
2792 konkurovali.

2793 V analýze bylo proto posuzováno, zda by koordinované jednání v podobě tacitní koluze
2794 bylo pro síťové operátory T-Mobile, O2 a Vodafone dlouhodobě výhodné či nikoliv.

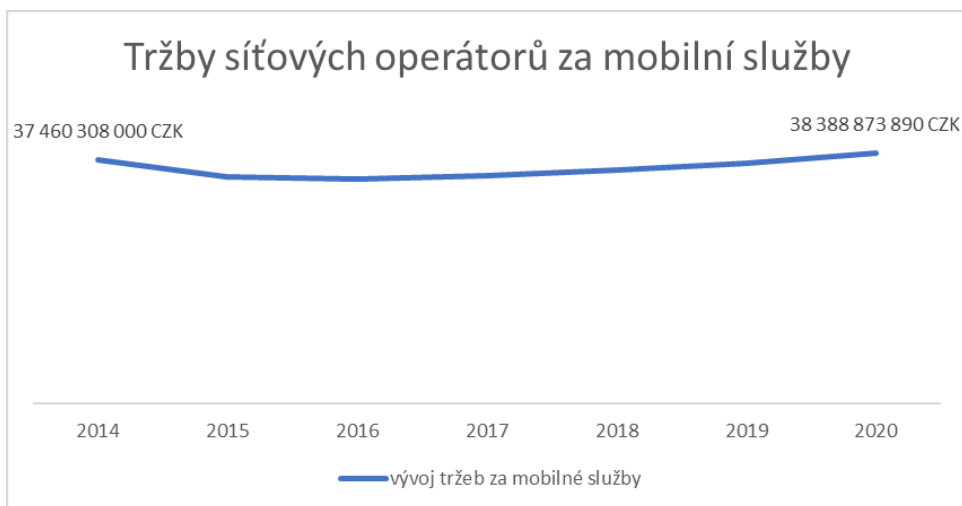
2795 Výhodnost hypotetické tacitní koluze z hlediska dlouhodobého zisku mohla být na trhu
2796 mobilních služeb v České republice modelově ověřena již v minulosti, a to konkrétně od roku
2797 2013.

2798 Hypotetická tacitní koluze, kdy je z individuálně-pragmatických důvodů ze strany
2799 síťových operátorů udržována shodná cenová hladina za srovnatelné služby, tak může
2800 pokračovat i v současné době, neboť by to bylo pro zainteresované strany výhodnější než se
2801 pokusit významně si cenově konkurovat a zvýšit tak svůj tržní podíl (a výnosy), jak ukazují
2802 případy cenové konvergence (viz níže), kdy společnost, jež jako první sníží ceny, resp.
2803 představí nové tarify (jako např. O2 v roce 2013), vzhledem k okamžité reakci konkurentů,
2804 prakticky nic nezíská (tržní podíly zůstávají stabilní) a jediným efektem je ustálení nabídky na
2805 nové úrovni.



2806
2807
2808

Graf 88 Tržby za mobilní služby na 1 aktivní SIM kartu
Zdroj: analýza ČTÚ



2809
2810
2811

Graf 89 Tržby za mobilní služby MNO v ČR
Zdroj: analýza ČTÚ

2812 Z výše uvedených grafů je možné pozorovat že po zavedení neomezených hlasových
2813 a SMS tarifů v ČR na přelomu let 2013/2014, což byl i rok kdy začalo docházet ke vstupu
2814 prvních MVNO na trh, došlo jak k poklesu celkových tržeb u MNO, tak i k poklesu průměrného
2815 výnosu na 1 SIM kartu. Uvedené skutečnosti zároveň souvisely s aukcí kmitočtů pro 4G sítě v
2816 rámci které bylo vyčleněno pásmo pro potenciálního nového MNO. Jak vyplynulo i z veřejné
2817 konzultace k návrhu analýzy v roce 2021 a vyjádření MNO, uvedený pokles souvisel právě

2818 s možným vstupem nového MNO na trh. Nicméně z dalšího vývoje v letech 2016-2020 je
2819 patrné, že MNO byli schopni se postupem času působením na trhu dostat na obdobné,
2820 případně i vyšší úrovně tržeb i průměrných výnosů na 1 SIM kartu, jako v roce 2014. Uvedené
2821 dle názoru ČTÚ znázorňuje a dokládá výhodnost tacitní koluze a motivaci jednotlivých MNO
2822 se účastnit společné strategie a vzájemně si na mobilním trhu nekonkurovat – jak na
2823 maloobchodní, tak velkoobchodní úrovni. Bez významných vzájemných konkurenčních tlaků
2824 jsou MNO schopni dlouhodobě navyšovat své celkové výnosy i jednotkové výnosy na
2825 zákazníka.

2826 Z hlediska celkové způsobilosti trhu k tacitní koluzi je možné konstatovat, že dle jeho
2827 celkového hodnocení trh mobilních služeb v ČR vykazuje způsobilost k tacitní koluzi. Při
2828 vyhodnocení způsobilosti trhu k tacitní koluzi bylo v předběžném hodnocení přihlédnuto
2829 zejména k nalezení referenčního bodu, dostatečně symetrickému postavení jednotlivých
2830 soutěžitelů měřeném tržními podíly na vymezeném trhu, ze kterých nejsou patrné významné
2831 změny v čase, vertikální integraci všech hlavních soutěžitelů na mobilním trhu, převažující
2832 homogenitě služeb a též k dovozené výhodnosti dodržování společné strategie.

2833 **Konvergence cenové politiky**

2834 Transparentnost trhu vyplývá také z cenové politiky MNO a jejich vzájemného chování
2835 na maloobchodním trhu vč. reálné schopnosti přizpůsobovat se změnám nabídek (vč. cen)
2836 ostatních operátorů na trhu.

2837 Z hlediska maloobchodních cenových tarifů lze na českém trhu dlouhodobě sledovat
2838 trend, kdy při změně v tarifní struktuře jednoho ze stávajících mobilních operátorů dochází ve
2839 velice krátké době k vzájemnému blízkému převzetí jak struktury, tak výše nových
2840 maloobchodních cen ze strany zbývajících dvou operátorů. K takové situaci došlo v posledních
2841 letech několikrát, zcela extrémně to bylo patrné v následujících případech:

- 2842 • V dubnu 2013 spustila společnost O2 – následována během 2 měsíců i ostatními
2843 dvěma operátory – nové a v té době revoluční tarify s neomezeným voláním, SMS
2844 a balíčkem mobilního internetu. Startovací tarif s neomezeným voláním a SMS do
2845 vlastní sítě byl nabízen všemi třemi stávajícími operátory za shodnou cenu 249 Kč,
2846 prostřední balíček s neomezenými SMS a balíčkem minut do ostatních sítí
2847 (120/120/130 minut) a srovnatelným balíčkem mobilního internetu (200/150/150 MB)
2848 byl všemi operátory nabízen za shodnou cenu 499 Kč a nejvyšší tarif s neomezeným
2849 voláním a SMS do všech sítí a balíčkem mobilního internetu (1,5/1/1,5 GB) za
2850 749/749/699 Kč (T-Mobile/O2/Vodafone). Tyto tarify platily v prakticky nezměněné
2851 podobě až do roku 2017.
- 2852 • V roce 2017 došlo k mírné diferenciaci tarifů a navýšení datových balíčků na 4/6/7 GB
2853 za cenu 799/849/777 Kč (T-Mobile/O2/Vodafone), popř. na 16/20/20+2 GB ze
2854 1499/1699/1777 Kč.
- 2855 • V druhé polovině roku 2019 v rozmezí 3 měsíců spustili operátoři nabídky tarifu
2856 s neomezeným mobilním internetem (vč. neomezeného volání a SMS), a to buď
2857 s omezením za 1075/1099/1099 Kč (T-Mobile/O2/Vodafone), nebo bez omezení za
2858 1575/1599/1799 Kč.

2859 Cenová soutěž je tedy na trhu potlačena a všichni tři mobilní operátoři mají shodnou
2860 cenovou strategii a udržují velmi blízkou cenovou hladinu klíčových služeb. Tento stav na trhu
2861 trvá nejméně posledních 7 let.

2862 **Silné přizpůsobování cen za mobilní služby během dlouhého období ani ze**
2863 **strany tržních subjektů s podíly nad 20 %, ani ze strany ostatních tržních subjektů na**
2864 **nabídkové straně trhu s mobilními službami nebylo prokázáno. Jedná se však pouze**
2865 **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 BEREK 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 2023, kdy ČTÚ neshledal relevantnost dopadu závazků z 5G aukce.

2866 **5.2 Kritérium hospodářského testu – udržitelnost**

2867 Podstatou tohoto kritéria je, že situace tiché koordinace trvá určitý čas, což znamená,
2868 že subjekty účastníci se tacitní koluze mají motivaci, aby se neodchýlili od společné politiky
2869 na trhu. Všichni mohou mít prospěch pouze tehdy, pokud všichni uplatňují paralelní chování.
2870 Koncept represivních opatření v reakci na chování, které se odchyluje od společné politiky, je
2871 tak inherentní součástí této situace. Aby situace tacitní koluze byla udržitelná, musí existovat
2872 přiměřené odrazující prostředky, které zajistí, že bude přetrvávat motivace neodchýlit se od
2873 společné politiky, což znamená, že vysoce konkurenční postup ze strany jednoho z účastníků,
2874 zaměřen na zvýšení jeho podílu na trhu, by vyvolal stejnou reakci ze strany ostatních, takže
2875 by mu jeho iniciativa nepřinesla žádné výhody.

2876 Konkrétní test tohoto kritéria spočívá v prokázání existence věrohodné hrozby
2877 represivních opatření, která odrazuje od odchylujícího chování.

2878 Hypotetický odvetný mechanismus, jak bylo uvedeno výše u konvergence cenových
2879 politik, byl v podmínkách trhu mobilních služeb v České republice demonstrován již v roce
2880 2013, 2017 a 2019 kdy proběhly ze strany síťových operátorů okamžité reakce na změnu ceny,
2881 poté co došlo k nečekané a výrazné změně tarifů jedním z MNO. Tyto případy, které v praxi
2882 ukázaly, že možné odchýlení se od společné strategie může být ihned potrestáno okamžitou
2883 reakcí ze strany ostatních hráčů, a nevede tak k získání tržní výhody pro toho, kdo se od
2884 koluzivní strategie odchýlil, může dodnes fungovat jako účinný preventivní odvetný
2885 mechanismus, který mohou mít dotčené subjekty na zřeteli. V této souvislosti lze předpokládat,

2886 že se nemuselo jednat o pouhé cenové následování, kdy by došlo jen k dorovnání ceny,
2887 a zákazník by mohl jinak profitovat z necenové konkurence (např. z rozdílného mixu služeb
2888 v cenově stejné nabídce).

2889 Snížení cen vyvolané jedním operátorem a jeho následování ostatními operátory může
2890 být považováno za standardní prvek hospodářské soutěže na trhu, a proto je potřeba zkoumat
2891 i okolnosti za kterých dochází ke snížení cen, zda k snížení cen a změně nabídky nedochází
2892 pod hrozbou možné regulace nebo blížící se aukce a s ní souvisejícího nastavení podmínek
2893 spojených s přidělem vysoutěžených kmitočtů. V takovém případě zkoumat odvetný
2894 mechanismus nedává smysl.

2895 Posuzování existence odvetného mechanismu má smysl tehdy, pokud odchylovací se
2896 operátor není tlačěn k tomuto kroku hrozbou regulace, ale jeho autentickým zájmem je
2897 prostřednictvím intenzivnější soutěže získat na úkor svých konkurentů větší tržní podíl a tím
2898 i zisk. Motivaci k tomuto chování odchylovacího se operátora ovlivňuje předpokládaná reakce
2899 ostatních soutěžitelů. Hodnocení této předpokládané reakce ostatních soutěžitelů bude
2900 pravděpodobně ovlivněno nejen mírou velikosti změny (tarifů) ale především také subjektivním
2901 hodnocením na straně odchylovacího se operátora.

2902 Podle Pokynů Evropské komise k posuzování existence významné tržní síly je
2903 nejúčinnější odrazující prostředek ten, který nemusí být použit. Pouze existence účinného
2904 odrazujícího mechanismu v zásadě postačuje, což vede k tomu, že trh je statický bez
2905 významných dynamických změn, a tudíž neprobíhá soutěž na trhu. Neznamená to nutně, že
2906 na takovém trhu nedochází k žádné cenové změně. Snižování cen může být vyvoláno hrozbou
2907 regulace, jak je uvedeno výše a nemusí být spojeno se soutěží na trhu.

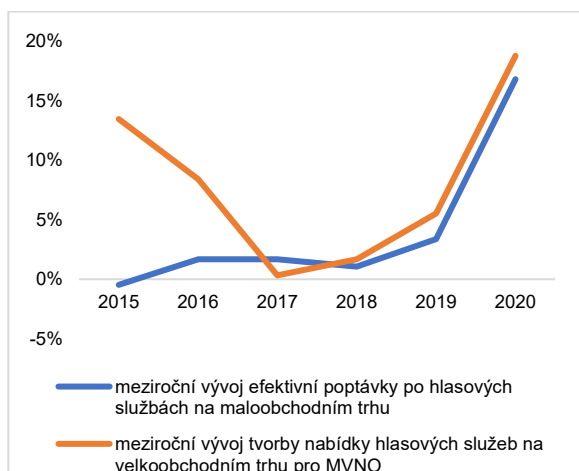
2908 Ačkoliv se po uplatnění výše uvedených snížení cen ceny nevrátily zpět na původní
2909 úroveň, neznamená to, že lze takovéto snížení cen automaticky považovat za standardní
2910 prvek hospodářské soutěže. Jak je opakovaně uvedeno v této analýze, ceny mobilních služeb
2911 v České republice jsou dlouhodobě mezi nejvyššími cenami v EU. Zároveň platí, že ceny
2912 mobilních služeb dlouhodobě klesají. Pokud by účastníci tacitní koluze po aplikaci snížení cen
2913 společně najednou zvýšili ceny na původní úroveň, byla by cena mobilních služeb natolik
2914 vysoká v rámci EU benchmarku, že by jednoznačně vedla k podezření nejen z tacitní koluze,
2915 ale potenciálně také z porušení soutěžního práva. Společná strategie ponechat ceny na
2916 snížených úrovních, zejména když se jedná o nejvyšší ceny z pohledu mezinárodních
2917 srovnání, je logickou strategií účastníků tacitní koluze. Postupné zvýšení cen jedním
2918 z účastníků tacitní koluze by navíc mohlo vést k odlivu zákazníků tohoto účastníka, a naopak
2919 k přetáhnutí zákazníků ostatními dvěma účastníky. V neposlední řadě ČTÚ uvádí, že tržby
2920 účastníků tacitní koluze jednoznačně i přes snížení cen rostou v absolutních hodnotách
2921 i v průměrných tržbách na jednu SIM kartu, což dále podporuje závěry o tacitní koluzi. Pokud
2922 by se některý z MNO rozhodl na velkoobchodním trhu změnit strategii a v relevantní míře do
2923 své sítě pouštět MVNO za cenových podmínek, které by MVNO umožnily cenově konkurovat
2924 MNO nabídkám na maloobchodním trhu ve všech různých kategoriích tarifů od levných po ty
2925 drahé s velkým datovým balíčkem a vysokou přidanou hodnotou, je zcela nepochybné, že
2926 snížením maloobchodních cen (referenčního bodu) by mohli ostatní MNO na takový odklon od
2927 společné strategie reagovat velmi efektivně, jelikož by přinutili odchylovacího se MNO od
2928 takového kroku, resp. by způsobili, že takový krok by byl téměř či zcela nerentabilní jak pro
2929 MVNO, tak i pro odchylovacího se MNO. Ostatně tuto strategii rozkryli sami MNO
2930 v připomínkách ve veřejné konzultaci, kde uvedli, že konvergence maloobchodních cen

2931 v letech 2013, 2017 a 2019 byla společnou reakcí MNO na vnější hrozbu, kterou v dané chvíli
2932 MNO vnímali ve formě potenciálního nového operátora z aukce nebo z regulace trhu. MNO
2933 tímto *de facto* přiznávají, že ochrana před potenciálním rizikem je snížení cen na
2934 maloobchodním trhu, jakožto strategie snížení motivace nového hráče (či vstupu jiného
2935 vnějšího faktoru) na trh vstoupit a získat podíl na trhu s vysokými maržemi.

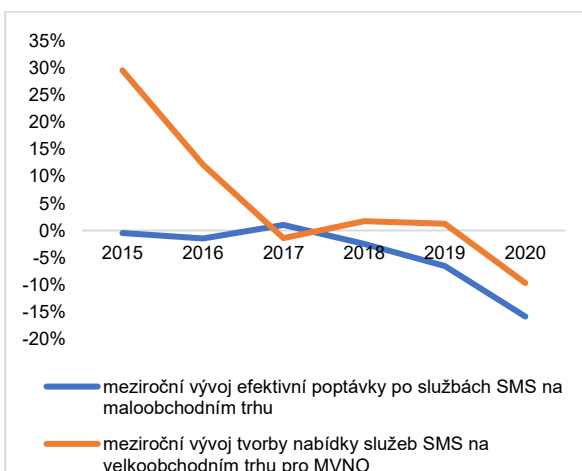
2936 Analýza maloobchodního trhu mobilních služeb prokázala, že dominantní váhu nabídky
2937 produktů mobilních operátorů tvoří služby internetu v mobilu, které v kombinaci s hlasovými
2938 službami a službami SMS tvoří až 95 % dosahované přidané hodnoty měřené podílem tržeb
2939 za internet v mobilu a agregovaných služeb za všechny činnosti v rámci mobilních služeb.
2940 Analýza velkoobchodního trhu mobilních služeb umožňuje konstatovat, že relevantní nabídka
2941 na velkoobchodním trhu je tvořena nabídkou síťových operátorů, kteří nemají žádnou tržní
2942 motivaci ji tvořit.

2943 Nabídka síťových operátorů na velkoobchodním trhu je tedy závislá na objemu
2944 hlasových služeb, služeb SMS a datových služeb, které síťoví operátoři nejsou schopni umístit
2945 přes své prodejní kanály na maloobchodním trhu s požadovanou přidanou hodnotou. Tato
2946 charakteristika tvorby velkoobchodní nabídky platí minimálně od roku 2014, přičemž
2947 nedochází ani k její částečné modifikaci v čase.

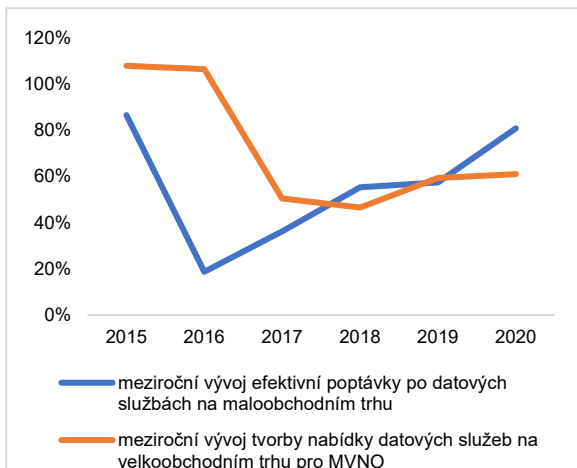
2948 Pokud jde o hlubší vyhodnocení společné motivace, prvním faktorem společné tržní
2949 motivace tvorby nabídky na velkoobchodním trhu je existence poptávky, která se odvíjí od
2950 poptávky na maloobchodním trhu. Poptávka na maloobchodním trhu je tvořena koncovými
2951 zákazníky, tedy domácnostmi a firemními zákazníky.



Graf 90 Vývoj objemu hlasových služeb
Zdroj: ČTÚ, 2021

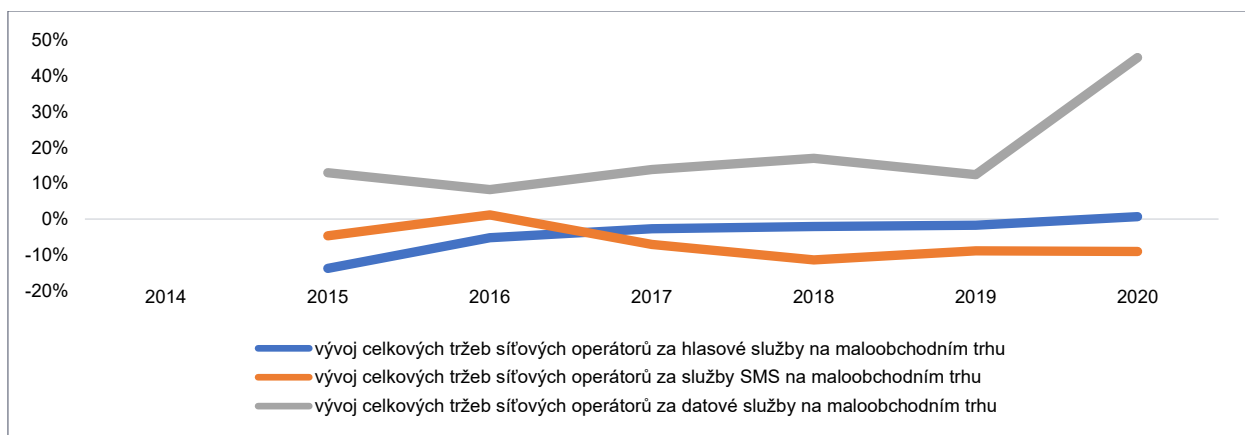


Graf 91 Vývoj objemu služeb SMS
Zdroj: ČTÚ, 2021



Graf 92 Vývoj objemu datových služeb
Zdroj: ČTÚ, 2021

2952 Poptávka roste u hlasových služeb a datových služeb a klesá u služeb SMS. Zatímco
 2953 velkoobchodní nabídka reflektuje vývoj poptávky na maloobchodním trhu v oblasti hlasových
 2954 služeb a služeb SMS, v oblasti datových služeb dochází k prohlubování nedostatečného
 2955 objemu dat na nabídkové straně velkoobchodního trhu vzhledem k objemu poptávky na
 2956 maloobchodním trhu. Při zkoumání příčin tohoto jevu bylo aplikováno zaměření na srovnání
 2957 maloobchodních tržeb síťových operátorů za jednotlivé typy mobilních služeb s cílem
 2958 identifikovat možné tržní motivace tvůrců nabídky na velkoobchodním trhu.



Graf 77 93 Porovnání vývoje celkových tržeb za jednotlivé typy mobilních služeb
Zdroj: ČTÚ, 2021

2959
 2960
 2961
 2962 Z výše uvedeného přezkoumání a analýzy relevantního maloobchodního
 2963 a velkoobchodního trhu jednoznačně vyplývá, že síťoví operátoři tvoří velkoobchodní nabídku
 2964 v těch typech služeb, které stagnují v tvorbě přidané hodnoty, klesá jejich poptávka a klesající
 2965 objem využívání těchto služeb neumožňuje udržovat dlouhodobě dosahovanou výši úspor
 2966 z rozsahu. Naopak, růst objemu nabídky na velkoobchodním trhu ze strany síťových operátorů
 2967 klesá v oblasti datových služeb, které zaznamenávají průměrný meziroční nárůst tržeb na
 2968 úrovni cca 60 %.

2969 Z pohledu udržitelnosti tacitní koluze MNO na trhu je i zde nutné vzít v potaz časové
 2970 vymezení této analýzy a navrhovaných opatření. Z výhledového hlediska této analýzy,
 2971 s ohledem na časové vymezení do 31. 12. 2023, má ČTÚ dále za to, že do tohoto období
 2972 s velkou pravděpodobností nedojde k uplatnění závazku společnosti O2 z poslední aukce
 2973 kmitočtů v roce 2020 ve formě povinnosti poskytnout národní roaming 3 oprávněným
 2974 zájemcům o tento přístup. V tomto ohraničeném období, tak společnosti O2 nebude daný

2975 závazek bránit v motivaci a možnostech udržovat s ostatními dvěma MNO společnou strategii
2976 na zkoumaném trhu. Případné efekty dotčené aukce tak nelze s ohledem na výše uvedené
2977 považovat za faktor, který by měl na udržitelnost tacitní koluze vliv. Ve vymezeném období tak
2978 nebude chování společnosti O2 a udržitelnost tacitní koluze ovlivněna ani nástroji ČTÚ které
2979 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.

2980 5.3 Kritérium hospodářského testu – vnější faktory

2981 V rámci tohoto kritéria bylo hodnoceno, zda osoby stojící mimo společnou strategii
2982 zainteresovaných subjektů mohou ohrozit její výsledky.

2983 **Překážky vstupu na trh**

2984 V obecné rovině lze konstatovat, že v oblasti elektronických komunikací jsou překážky
2985 vstupu zpravidla vysoké, v případě trhu mobilních služeb zejména z důvodu omezenosti
2986 rádiových kmitočtů a také z důvodu vysokých vstupních investic a utopených nákladů.

2987 V podmínkách České republiky platí, jak bylo mj. konstatováno v rámci prvního kritéria
2988 3K testu, že kontrola infrastruktury je vzhledem k omezeným přírodním zdrojům (frekvence)
2989 pro nově vstupující síťové operátory významnou a trvalou překážkou vstupu na trh mobilních
2990 služeb.

2991 Je tedy zřejmé, že síla této překážky byla dosud pro potenciální nové síťové operátory
2992 značně vysoká, a z tohoto důvodu je naopak hrozba pro stávající zainteresované subjekty
2993 potenciální tacitní koluze, které v současné době disponují zhruba stejným přídělem rádiových
2994 kmitočtů v současné době používaných a vhodných pro poskytování mobilních služeb,
2995 poměrně malá.

2996 Přestože v roce 2020 proběhla 5G aukce rádiových kmitočtů a nové subjekty získaly
2997 přiděly kapacitních rádiových kmitočtů, obdobně jako v roce 2017, kdy získaly nové dva
2998 subjekty přiděly v podobných pásmech, lze předjímat, jak je ostatně vymezeno v rámci
2999 časového vymezení relevantního trhu, že případný efekt těchto subjektů se projeví teprve
3000 v horizontu překračující časový horizont této analýzy. Jak již bylo uvedeno výše, možný efekt
3001 závazků vyplývajících z dané aukce 5G kmitočtů vč. závazku společnosti O2 poskytnout
3002 národní roaming třem oprávněným zájemcům (společnosti Nordic Telecom, Centronet/Nej.cz,
3003 PODA) nebude mít ve vymezeném období této analýzy vliv.

3004 V rámci daného kritéria a též v návaznosti na závěry provedeného testu tří kritérií, který
3005 předcházel této analýze lze uzavřít, že na vymezeném trhu existují značné, a nikoliv dočasné
3006 překážky vstupu na trh, které brání rozvoji konkurence.

3007 **Tržní síla na straně poptávky**

3008 V tomto kritériu se posuzuje, zda mají kupující takovou kompenzační sílu, která by
3009 mohla ovlivnit nabídku natolik, že by svým vlivem docílili stanovení poptávkově určené ceny,
3010 neboť tato cena je zpravidla nižší než cena nabízená spolupracujícími subjekty (v rámci tacitní
3011 koluze).

3012 Kupujícími na velkoobchodním trhu jsou MVNO, prodávajícími MNO s výjimkou
3013 nepatrného podílu MVNE. Jak vyplývá z analýzy výše (např. závěry týkající se
3014 nereplikovatelnosti nabídek MNO či míře konkurence na velkoobchodním trhu) lze
3015 konstatovat, že kompenzační síla na straně MVNO je velmi nízká, resp. nulová, a MVNO jsou
3016 plně závislí na nabídkách MNO.

3017 To dokládají také informace z trhu. MNO neusilují o získání MVNO jako zákazníků na
3018 velkoobchodním trhu na základě konkurenčních nabídek. MVNO musí ve většině případů
3019 spoléhat pouze na nabídku jednoho MNO, vůči kterému nemají žádnou vyjednávací pozici
3020 a musí proto akceptovat jakékoli podmínky, které tento MVNO požaduje. Smlouvy mezi MNO
3021 a MVNO tak obsahují pro MVNO nevýhodná ujednání vynucená ze strany MNO, která by
3022 běžný obchodní partner ve vyrovnaném komerčním jednání na efektivně konkurenčním
3023 velkoobchodním trhu nepřijal.

3024 Například v červenci 2021 společnost T-Mobile ukončila velkoobchodní smlouvu s 12
3025 MVNO bez udání důvodu, a to na základě krátkých výpovědních lhůt, které MVNO
3026 neumožňovaly zajistit si náhradní velkoobchodní plnění od jiných MNO. Teprve po intervenci
3027 ČTÚ společnost T-Mobile výpovědní lhůty prodloužila. Blíže k tomuto odkazujeme na kapitolu
3028 „**Nedostatek soutěže a jednostranné stanovování podmínek velkoobchodních smluv ze**
3029 **strany MNO**“.

3030 To potvrzuje také stav na souvisejícím maloobchodním trhu. Jak již bylo popsáno
3031 v souvislosti se zákaznickou segmentací u vymezení relevantního maloobchodního trhu, je
3032 v podmínkách České republiky na trhu mobilních služeb z hlediska kompenzační síly
3033 diametrálně odlišná situace u firemních zákazníků a u domácností (tj. spotřebitelů)
3034 v neprospěch domácností. Toto odlišné postavení se pak promítá do rozdílných cen, kdy
3035 domácnosti platí oproti firemním zákazníkům výrazně vyšší ceny. V posledních letech se
3036 spotřebitelé pokusili zvýšit svou vyjednávací sílu, a prostřednictvím různých spotřebitelských
3037 organizací či municipalit se několikrát spojili do větších celků, objemově ekvivalentních k
3038 velkým firemním zákazníkům. Jejich cílem bylo získat obdobné nabídky jako velcí firemní
3039 zákazníci. Tyto snahy však doposud nenalezly odezvu u mobilních operátorů, zejména
3040 síťových.

3041 Ačkoliv je část spotřebitelů schopna si individuálně vyjednávat výhodnější cenové
3042 podmínky oproti ceníkovým sazbám, setrvávají spotřebitelé vůči operátorům ve slabší pozici
3043 a nejsou tak schopni dosáhnout poptávkově určené ceny, jako je tomu u velkých firemních
3044 zákazníků.

3045 Na základě hodnocení uvedeného kritéria lze tedy konstatovat, že na vymezeném trhu
3046 na poptávkové straně neexistuje dostatečně silná kompenzační síla, která by byla schopna
3047 zhatit společnou strategii účastníků tacitní koluze. Jak dokazuje i znatelně vyšší cenová
3048 hladina služeb rezidentních zákazníků vůči firemním zákazníkům nebo vyšší cenová hladina
3049 v ČR i u mezinárodních cenových srovnání.

3050 **Potenciální konkurence**

3051 Na maloobchodním trhu současné postavení konkurentů síťových operátorů, tedy
3052 virtuálních operátorů, na trhu mobilních služeb není – z důvodu jejich velkoobchodní závislosti
3053 na MNO, coby vertikálně integrovaných operátorech – takové, aby mohlo ohrozit udržitelnost
3054 potenciální tacitní koluze zainteresovaných subjektů (MNO). V tomto ohledu není
3055 pravděpodobné, že by se některý virtuální operátor mohl ve vymezeném časovém období stát
3056 významným konkurentem současných MNO.

3057 V současné době, a s prospektivním pohledem na období časového vymezení analýzy,
3058 neexistuje další reálná potenciální konkurence – ať už v podobě nového plnohodnotného
3059 síťového operátora či poskytovatele(ů) OTT (over-the-top) služeb, která by mohla narušit
3060 potenciální existenci tacitní koluze.

3061 Při zkoumání existence potenciální konkurence se ČTÚ zaměřil i na možné využití
3062 povinnosti přístupu pro všechny verze (typy) MVNO, a souvisejících referenčních nabídek pro
3063 přístup k síti na základě podmínek aukce kmitočtů v roce 2020 (pásmo 700 MHz). Uvedená
3064 povinnost se vztahuje na všechny 3 MNO, neboť v dané aukci všichni tři získali přiděl kmitočtů
3065 v daném pásmu. V tomto ohledu je možné konstatovat, že dle podmínek aukce uvedená
3066 referenční nabídka pro přístup pro MVNO se bude vztahovat pouze na přístup ke službám
3067 v pásmu 700 MHz, a bude se tedy vztahovat jen na poskytování datových služeb, a to

3068 s omezenou kapacitou (10 MHz kanál v daném pásmu). Ve vztahu k vymezení zkoumaného
3069 trhu, kdy jsou jeho součástí balíčky služeb zahrnující jak datovou službu, tak i službu volání a
3070 SMS, nelze ani při výhledu do budoucna očekávat možný vliv této referenční nabídky na
3071 konkurenční situaci na mobilním trhu, mj. z důvodu, že v době platnosti uvažovaných
3072 nápravných opatření a výhledu této dočasné analýzy nelze očekávat dramatické rozšíření
3073 hlasových služeb na bázi technologií 5G (analogie VoLTE). Samostatné datové služby je
3074 možné dle vymezení trhu považovat spíše za doplněk k mobilním službám umožňujícím jak
3075 hlasové, tak SMS služby. Ačkoliv např. uveřejněná velkoobchodní referenční nabídka
3076 společnosti T-Mobile pro přístup k pásmu 700 MHz ve svých podmínkách zmiňuje možnost
3077 spojení s jinými velkoobchodními službami (např. na základě komerční dohody zahrnující
3078 přístup k hlasovým a SMS službám), nelze s ohledem na dosavadní zkušenosti a vývoj trhu v
3079 ČR mít z pohledu ČTÚ za pravděpodobné, že k uvedenému umožnění kombinace
3080 velkoobchodních smluv skutečně dojde a zda budou podmínky obou smluv (vč. té komerční)
3081 umožňovat dotčeným zájemcům o přístup či současným MVNO působit efektivně na
3082 podřazeném maloobchodní trhu a tím přispět k rozvoji konkurence. Tuto možnost nelze
3083 samozřejmě zcela vyloučit, avšak ČTÚ na základě svých minulých zkušeností s ohledem na
3084 podmínky komerčních dohod a zkušeností s jednáním MNO, jakož i s ohledem na současný
3085 stav konkurence na analyzovaném velkoobchodním trhu nepovažuje tuto variantu za
3086 pravděpodobný výsledek. V současnosti totiž neexistuje, a ani nikdy historicky neexistovala,
3087 smlouva mezi MNO a MVNO, která by kombinovala regulovaný přístup k datům na základě
3088 závazků z aukce a neregulovaný přístup k dalším službám elektronických komunikací. A dle
3089 ČTÚ není dán žádný důvod se domnívat, že taková možnost v budoucnu nastane, ačkoliv ji T-
3090 Mobile v jedné své referenční nabídce výslovně nevylučuje.

3091 K potenciální konkurenci z řad držitelů přidělů v pásmu 3400–3800 MHz ČTÚ uvádí,
3092 že s ohledem na dostupné informace z trhu, a i na základě zkušeností ze zahraničí s procesem
3093 a efektem zavedení národního roamingu pro nového operátora je možno zkonstatovat, že
3094 uvedený vstup se s největší pravděpodobností neuskuteční v rámci časového vymezení této
3095 analýzy, tj. do 31. 12. 2023. V tomto ohledu, tak ani při uvažování existence závazků z aukce
3096 5G kmitočtů v roce 2020 nelze v daném období shledat existenci potenciální konkurence pro
3097 současné 3 MNO.

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.

3098 Závěr ke společné SMP:

3099 Vyhodnocení jednotlivých dílčích kritérií, jmenovitě způsobilost trhu k tacitní koluzi,
3100 možnost monitorování odklonu od podmínek společné strategie, účinné odvetné mechanismy
3101 a reakce subjektů stojících mimo společnou strategii, indikuje existenci společné významné

3102 tržní síly mobilních síťových operátorů T-Mobile Czech Republic a.s., O2 Czech Republic a.s.
3103 a Vodafone Czech Republic a.s.

3104 **6. Navrhovaná nápravná opatření**

3105 **6.1.1 Regulační opatření**

3106 Relevantní trh, který je předmětem této analýzy, je stanoven a vymezen nově a žádná
3107 existující ex ante nápravná opatření na něm neexistují. Z povahy věci proto nelze hodnotit
3108 existující ex ante nápravná opatření.

3109 Je nutné vzít v potaz závazky dobrovolně převzaté držiteli rádiových kmitočtů v rámci
3110 4G a 5G aukcí. Ačkoliv se jedná o závazky, které jsou převzaty držiteli rádiových kmitočtů
3111 v rámci zcela odlišného regulačního mechanismu (podmínky aukcí) než je ex ante regulace,
3112 z pohledu zkoumání trhu lze uvést, že se částečně vztahují k velkoobchodnímu přístupu
3113 k mobilním službám a nelze je bez dalšího v rámci nastavení nápravných opatření na tomto
3114 trhu ignorovat.

3115 V rámci 4G a 5G aukcí byl držiteli rádiových kmitočtů převzat závazek velkoobchodní
3116 nabídky 4G a 5G datových služeb, včetně závazku uveřejnit referenční nabídku pro Full MVNO
3117 a Light MVNO (u 5G datových služeb), za ceny určené na základě metodiky stlačování marží.
3118 Na základě tohoto závazku mohou virtuální operátoři od držitelů spektra (jedná se o síťové
3119 operátory MNO) získat přístup k datovým službám fungující na dané technologii (tj. 4G, resp.
3120 5G) a na daných rádiových frekvencích dražených v předmětných aukcích, nikoliv však ke
3121 všem datovým službám na technologiích či využívající rádiové kmitočty, které nebyly
3122 předmětem uvedených aukcí, a k nimž se závazky tedy nevážou. Závazky velkoobchodní
3123 nabídky z aukcí zakládají nárok na přístup k datovým službám, nikoliv však
3124 ke všem velkoobchodním vstupům, které by umožňovaly virtuálním operátorům poskytovat na
3125 maloobchodním trhu mobilní služby zahrnující jak datové služby, tak služby hlasu a SMS.
3126 Závazek velkoobchodních nabídek k 4G i 5G datovým službám je časově omezen
3127 do 24. února 2026. V rámci 5G aukce byl společností O2 převzat závazek národního
3128 roamingu, který zahrnuje také přístup k velkoobchodním vstupům datových služeb, hlasových
3129 služeb i služeb SMS, avšak oprávněnými zájemci nejsou MVNO, ale pouze operátoři, kteří
3130 v rámci posledních pár let získali přístup ke kapacitním rádiovým frekvencím, na nichž mají
3131 povinnost budovat dle stanovených rozvojových kritérií vlastní mobilní síť. Pro účely uložení
3132 nápravných opatření na tomto relevantním trhu nelze závazek národního roamingu, na rozdíl
3133 od závazku velkoobchodní nabídky, považovat za relevantní. To platí zejména v situaci, kdy
3134 tato analýza směřuje k dočasným opatřením právě do doby očekávaného projevení se
3135 závazku národního roamingu na trhu.

3136 Dopad závazků převzatých v aukcích, zejména v 5G aukci z roku 2020, bude navíc
3137 časově zpožděn a lze očekávat, že se neprojeví v časovém horizontu této analýzy, jak je blíže
3138 popsáno v kapitole 2.1.6 analýzy i v části C této analýzy.

3139 **6.1.2 Tržní selhání**

3140 Na základě provedené analýzy trhu byly identifikovány tržní problémy, v jejichž
3141 kontextu je nutné stanovit přiměřená nápravná opatření. Tržní problémy jsou popsány napříč
3142 touto analýzou (viz např. část C k dočasnosti analýzy a naléhavosti jednat v zájmu ochrany

3143 hospodářské soutěže a zájmu uživatelů, a dále část D kapitoly 2.2, 2.3, 2.4 a dále vyhodnocení
3144 jednotlivých kritérií 3K testu v kapitolách 3.1, 3.2 a 3.3) a dále shrnuty níže v této kapitole.

3145 ČTÚ identifikoval riziko ukončení velkoobchodních smluv ze strany síťových operátorů
3146 s využitím krátké výpovědní doby (3 měsíce) bez náhrady případně s neakceptovatelnými
3147 podmínkami na straně MVNO, když v současné době není k dispozici žádná alternativa v
3148 podobě regulačních opatření. V případě realizace rizika by došlo ke efektivní likvidaci
3149 velkoobchodního trhu v České republice a zánik MVNO, jejichž existence je obecně
3150 považována za určitý potenciál pro rozvoj soutěžního prostředí a snižování cen pro koncové
3151 uživatele na maloobchodním trhu. ČTÚ toto riziko vyhodnotil jako reálné, jelikož k masivnímu
3152 ukončování smluv ze strany jednoho ze síťových operátorů již v roce 2021 došlo. Tato situace
3153 vyvolala na českém trhu obavu z takové reálné hrozby ukončení stávajících smluvních vztahů
3154 u mnoha MVNO. K masivnějšímu ukončování smluv pak nedošlo mj. z důvodu zásahu ze
3155 strany ČTÚ. Vzhledem k čerstvým zkušenostem ČTÚ vnímá tuto hrozbu velmi vážně
3156 a konstatuje, že není dána žádná záruka, že k podobné aktivitě ze strany síťových operátorů
3157 nedojde znovu. Síťoví operátoři přitom mají ve většině velkoobchodních smluv uzavíraných
3158 bez regulace možnost ukončit tyto smlouvy bez udání důvodu s 3měsíční výpovědní dobou.

3159 V případě ukončení komerčních velkoobchodních smluv by měla na trhu potenciálně
3160 existovat pro MVNO regulovaná velkoobchodní nabídka z 5G aukce, avšak tato nabídka
3161 zahrnuje výlučně data. Zcela tak chybí velkoobchodní regulovaný přístup k vstupům pro
3162 vytvoření balíčků služeb zahrnujících data, hlas a SMS, které jsou předpokladem působení na
3163 maloobchodním trhu. Protože tuto nabídku mají síťoví operátoři povinnost poskytnout teprve
3164 ve chvíli, kdy sami začnou s využitím frekvencí z pásma 700 MHz poskytovat služby, nelze tuto
3165 alternativu považovat za dostatečnou k zabránění zániku MVNO i s ohledem na časové
3166 vymezení analýzy, když v čase provedení této analýzy splňuje podmínku poskytování služeb
3167 a závazek pouze společnost T-Mobile. MVNO by tedy neměli možnost získat přístup
3168 k odpovídajícím velkoobchodním službám tak, aby mohli nadále působit na maloobchodním
3169 trhu.

3170 Jako další reálné riziko v krátkodobém horizontu ČTÚ identifikoval hrozbu vytlačení
3171 MVNO z maloobchodního trhu z důvodu nepřiměřeně vysokých velkoobchodních cen, které
3172 by neumožnili MVNO replikovat nabídky síťových operátorů. Z analýzy ČTÚ vyplývá, že na
3173 trhu dochází ze strany síťových operátorů k stlačování marží MVNO, resp. k úplnému zrušení
3174 marží. Tyto nepříznivé cenové podmínky jsou dále podpořeny nepřiměřenými smluvními
3175 podmínkami, které síťoví operátoři vůči MVNO uplatňují. Jedná se např. o velmi vysoké
3176 vstupní poplatky a fixní poplatky, které MVNO síťovým operátorům uhradili na začátku
3177 spolupráce a následně pravidelně hradí. Vysoké vynaložené investice v okamžiku vstupu na
3178 maloobchodní trh, resp. riziko ztráty těchto investic, mohou být pro MVNO mnohdy důvodem,
3179 proč na trhu dále působí i při nepřiměřených cenových podmínkách, které jim neumožňují
3180 realizovat marže na mobilních službách. Působení za těchto podmínek však není do budoucna
3181 dlouhodobě udržitelné a MVNO by se mohli po určité z trhu i za cenu ztrát původních investic
3182 stáhnout.

3183 Každé z těchto rizik by i samostatně mohlo v horizontu několika měsíců vést k úplnému
3184 zániku velkoobchodního trhu, což by se mohlo pravděpodobně negativně projevit následně
3185 i na maloobchodním trhu. Kombinace obou rizik vyvolává významnou a bezprostřední hrozbu
3186 vytlačení velké části nezávislých MVNO z tohoto trhu případně i úplného zániku tohoto trhu.

3187 Existuje proto naléhavá potřeba tuto situaci regulačním zásahem napravit v zájmu
3188 hospodářské soutěže, existence velkoobchodního trhu a MVNO.

3189 Situace na velkoobchodním trhu se projevuje na maloobchodním trhu nejvyššími
3190 cenami mobilních služeb v EU. Naléhavá potřeba jednat v zájmu zachování a zefektivnění
3191 velkoobchodního trhu a existence nezávislých MVNO se proto jednoznačně projevuje také
3192 v naléhavé potřebě jednat v zájmu ochrany uživatelů podporou poklesu maloobchodních cen
3193 v důsledku dostupné nabídky více poskytovatelů služeb.

3194 Ačkoliv se ceny dat, volání a SMS v EU již nejméně 15 let trvale snižují, v ČR je tento
3195 pokles nejpomalejší z celé EU. ČTÚ má za to, že to je přímo způsobeno neexistencí
3196 efektivního velkoobchodního trhu.

3197 Novým problémem, který může ve velmi krátké době zhoršit situaci na maloobchodním
3198 trhu (a přeneseně i na trhu velkoobchodním), je dále potenciální riziko zvyšování cen ze strany
3199 síťových operátorů. Vzhledem k identifikovanému postavení síťových operátorů je na místě
3200 obava, že zvýšení cen některých vstupů (např. cen elektrické energie) by nebylo síťovými
3201 operátory navzdory jejich vysoké ziskovosti, absorbováno. Toto zvýšení by bylo, naopak,
3202 promítnuto, možná i v míře větší, než je zvýšení relevantních vstupních nákladů síťových
3203 operátorů, do maloobchodních i velkoobchodních cen. K zvýšení cen dochází již nyní v
3204 Slovenské republice, přičemž jeden ze síťových operátorů, který již přistoupil ke zvýšení cen,
3205 působí také v ČR. Lze tedy předpokládat, že ke zvyšování cen dojde i v ČR.

3206 S ohledem na výše uvedené má ČTÚ za to, že existuje naléhavá potřeba jednat
3207 v zájmu ochrany hospodářské soutěže a ochrany zájmů uživatelů a přijmout za tímto účelem
3208 přiměřená dočasná opatření.

3209 Pokud ČTÚ neuloží dočasná opatření, která by poskytla MVNO záchrannou síť do
3210 doby, než se projeví pozitivní dopady závazků z aukcí, např. na základě sjednání národního
3211 roamingu v síti společnosti O2 pro způsobilé uchazeče, existuje vysoké riziko, že dojde
3212 k nevratným změnám na velkoobchodním trhu a může dojít i k úplnému zániku tohoto trhu. To
3213 se projeví i na maloobchodním trhu dalším skokovým zhoršením situace koncových uživatelů,
3214 zejména spotřebitelů. Za určitých podmínek by pak mohlo dojít dokonce ke zvyšování cen
3215 v segmentu, kde v celé EU ceny trvale klesají.

3216 **6.1.3 Návrh povinností za účelem nápravy**

3217 Navrhuje se uložit podnikům s významnou tržní silou povinnosti podle § 51 odst. 6
3218 písm. a), b), d) a e) Zákona:

3219 a) průhlednosti podle § 82 Zákona, uveřejnit informace týkající se přístupu v rozsahu
3220 vymezeném v písmenu d);

3221 b) nediskriminace podle § 81 Zákona,

3222 1. uplatňovat rovnocenné podmínky za rovnocenných okolností pro ostatní podnikatele,
3223 2. poskytovat ostatním podnikatelům služby a informace za stejných podmínek a ve
3224 stejné kvalitě, v jaké je poskytuje pro služby vlastní;

3225 d) přístupu k specifickým síťovým prvkům a přiřazeným prostředkům a jejich využívání dle
3226 § 84 Zákona, a to konkrétně povinnost vyhovět přiměřeným požadavkům MVNO

3227 na přístup k velkoobchodním službám elektronických komunikací v podobě tarifů,
3228 zahrnujících datové služby, hlasové služby i služby SMS, v rozsahu a kvalitě, v jaké jsou
3229 tyto velkoobchodní tarify blíže specifikovány v návrhu tohoto dočasného opatření,

3230 e) související s regulací cen podle § 56 a 57 Zákona, a to tak, že u Regulovaných tarifů podle
3231 písmene d) bude stanovena cena na základě principu zákazu stlačování marží
3232 v kombinaci se stanovením maximální ceny.

3233 **6.1.4 Odůvodnění návrhu nápravných opatření**

3234 S ohledem na zkoumání v rámci analýzy lze konstatovat, že na relevantním trhu byla
3235 prokázána existence podniků se společnou významnou tržní silou.

3236 V rámci provedené analýzy dále bylo prokázáno, že postavení, které mají podniky
3237 s významnou tržní silou, jim umožňuje chovat se nezávisle na ostatních účastnících na trhu.
3238 To by mohlo mít za následek negativní vliv i na stanovení nepřiměřeně vysokých cen na
3239 souvisejícím maloobchodním trhu a s tím spojený i negativní dopad na koncové uživatele.

3240 V souladu se závěry analýzy by bylo vhodné uložit všem podnikům se společnou
3241 významnou tržní silou povinnost průhlednosti, povinnost nediskriminace, povinnost přístupu
3242 a povinnosti související s regulací cen.

3243 V souladu se zásadou proporcionality ČTÚ zvolil nejméně rušivý způsob řešení výše
3244 uvedených tržních problémů určených v rámci analýzy trhu. Při vyhodnocení níže uvedených
3245 nápravných opatření ČTÚ posoudil, zda by k řešení zjištěného problému v zájmu koncových
3246 uživatelů nebyly postačující jiné formy nápravných opatření, jakož i posoudil vhodnost,
3247 přiměřenost a objektivnost níže uvedených opatření.

3248 Navržené dočasné opatření adresuje riziko jednostranného ukončení velkoobchodních
3249 smluv ze strany síťových operátorů tím, že v takovém případě umožní MVNO přístup
3250 k definovaným velkoobchodním balíčkům, s jejichž využitím budou MVNO schopni dočasně
3251 obsloužit zákazníky do doby zavedení národního roamingu nebo dostupnosti velkoobchodních
3252 nabídek zpracovaných na základě závazku z aukce 2020. Existence navrhovaného
3253 dočasného opatření by mělo zabránit jednostrannému ukončení velkoobchodních smluv ze
3254 strany MNO, když právě zavedení „záchranné sítě“ pro MVNO limituje potenciální agresivní
3255 kroky k ukončování smluv ze strany síťových operátorů.

3256 Navržené dočasné opatření také adresuje riziko vytlačování MVNO z trhu z důvodu
3257 nepřiměřených cenových a smluvních podmínek tím, že pro MVNO garantuje přístup
3258 k vybraným balíčkům za přiměřených cenových podmínek na základě zákazu stlačování
3259 marží. Do cenotvorby vyjádřené měsíční cenou jsou zahrnuty všechny náklady, které MNO se
3260 zřízením či zachováním přístupu pro MVNO mohou mít, tj. včetně vstupních nákladů. Vysoké
3261 vstupní či jiné fixní náklady s přístupem k těmto regulovaným balíčkům proto nemohou ze
3262 strany MNO být uplatňovány.

3263 Bez stanovení cenové regulace dle předloženého návrhu by nápravná opatření
3264 nemohla vést k nápravě, jelikož se jedná právě o nepřiměřeně vysoké velkoobchodní ceny,
3265 které znemožňují MVNO replikovat maloobchodní nabídky MNO. ČTÚ dospěl k závěru, že
3266 nápravná opatření podle § 51 odst. 6 písm. a), b) a d) Zákona by nevedla k nápravě
3267 identifikovaného problému spočívajícího v nemožnosti získat relevantní velkoobchodní vstupy,
3268 s jejichž pomocí by byli MVNO schopni replikovat nabídky MNO na maloobchodním trhu, proto

3269 navrhuje regulaci cen. S ohledem na použitou metodiku zákazu stlačování marží, která
3270 vychází z vysokých retailových cen, bude zajištěno, že velkoobchodní cena bude při
3271 nejmenším pokrývat náklady a zajistí návratnost investic.

3272 **6.1.5 Povinnost průhlednosti**

3273 Podnikům s významnou tržní silou bude uložena povinnost průhlednosti ve formě
3274 zveřejňování informací podle náležitostí stanovených dle § 82 odst. 4 Zákona.

3275 Takto uložena povinnost průhlednosti zvýší míru informovanosti jak subjektů, které
3276 chtějí vstoupit na trh, tak i těch, které na trhu již působí. Pozitivně se tím ovlivní možnost
3277 poskytování maloobchodních služeb s využitím velkoobchodních vstupů z tohoto relevantního
3278 trhu.

3279 Podniky s významnou tržní silou, kterým je uložena povinnost přístupu budou rovněž
3280 povinny zveřejňovat referenční nabídku podle § 84 odst. 4 Zákona.

3281 Tyto povinnosti budou podniky s významnou tržní silou povinny plnit v rozsahu uložené
3282 povinnosti přístupu.

3283 **6.1.6 Povinnost nediskriminace**

3284 Lze předpokládat, že absence regulačního zásahu by vyústila v diskriminaci některých
3285 MVNO ze strany podniků s významnou tržní silou v souvislosti s poskytováním
3286 velkoobchodních služeb, zejména za účelem případných vertikálně integrovaných podniků
3287 poskytujících mobilní služby na maloobchodním trhu. Dále by mohlo docházet k zadržování
3288 a neposkytování informací v dostatečném rozsahu a zvýhodňování vlastního maloobchodního
3289 kanálu MNO pokud jde o velkoobchodní vstupy oproti velkoobchodním vstupům
3290 poskytovaným MVNO, případně zvýhodňování majetkově propojených MVNO oproti
3291 majetkově nezávislým MVNO.

3292 Povinnost nediskriminace by měla být uložena všem podnikům s významnou tržní silou
3293 tak, aby byly uplatňovány rovnocenné podmínky za rovnocenných okolností pro ostatní
3294 podnikatele a těmto ostatním podnikatelům byly poskytovány služby a informace za stejných
3295 podmínek a ve stejné kvalitě, v jaké jsou poskytovány pro služby vlastní.

3296 Tuto povinnost budou podniky s významnou tržní silou povinny plnit v rozsahu uložené
3297 povinnosti přístupu.

3298 **6.1.7 Povinnost přístupu k velkoobchodním vstupům**

3299 Významná tržní síla všech tří síťových operátorů vede k uplatňování nepřiměřeně
3300 vysokých velkoobchodních cen mobilních služeb a diskriminační cenové politice podniků
3301 s významnou tržní silou za účelem zvýhodnění tržního postavení vlastních maloobchodních
3302 služeb, případně maloobchodních služeb poskytovaných vertikálně integrovanými podniky.
3303 Významná tržní síla operátorům umožňuje stanovovat ceny i ostatní podmínky
3304 velkoobchodních vztahů nezávisle na ostatních tržních subjektech, kterými jsou MVNO, jejichž
3305 vyjednávací síla je v současné situaci v podstatě zanedbatelná. Tím dochází k trvalému
3306 zvyšování bariér vstupu na velkoobchodní trh a vytlačování hráčů na tomto trhu působícím
3307 z tohoto trhu. Povinnost umožnění přístupu ke specifickým síťovým prvkům a přiřazeným

3308 prostředkům se ukládá proto, aby se MVNO umožnilo působit na maloobchodním trhu. MVNO
3309 by pro nabídku služeb využívali velkoobchodních vstupů definovaných navrženým dočasným
3310 opatřením. Opatření v podobě stanovené podoby velkoobchodní služby současně směřuje
3311 k zajištění spravedlivých podmínek pro stávající MVNO a k zamezení jednostranných
3312 výpovědí stávajících smluvních vztahů mezi MNO a MVNO.

3313 Povinnost umožnění přístupu je v souladu s analýzou specifikována pro velkoobchodní
3314 vstupy umožňující tvorbu tarifů, které jsou nejvíce využívány spotřebiteli viz kapitola
3315 Zdůvodnění parametrů regulačních balíčků. Tyto poskytnuté velkoobchodní vstupy může
3316 MVNO použít pro následné poskytování vlastních služeb, které odpovídají tarifům zahrnující
3317 data, hlas a SMS, u kterých lze předpokládat, že budou požadovány významnou částí
3318 maloobchodních zákazníků po dobu výhledu, na kterou se ukládá dočasné nápravné opatření.

3319 Povinnost přístupu k veřejné komunikační síti nebo síťovým zařízením provozovaným
3320 podnikatelem s významnou tržní silou bude uložena tak, aby zájemcům o přístup bylo
3321 umožněno poskytování dvou regulovaných balíčků obsahující datové služby, hlasové služby
3322 a služby SMS na maloobchodním trhu za přiměřených podmínek.

3323 Ačkoliv závazky velkoobchodní nabídky z 4G a 5G aukcí se vztahují k přístupu
3324 k datovým službám (přístup k internetu) provozovaných s využitím rádiových kmitočtů
3325 přidělených v rámci předmětných aukcí, bude se povinnost přístupu vztahovat
3326 na velkoobchodní vstupy umožňující virtuálním operátorům přístup ke všem velkoobchodním
3327 vstupům definovaných regulovaných tarifů nutných k poskytování služeb na vymezeném
3328 maloobchodním trhu. ČTÚ si je vědom skutečnosti, že se návrh nápravných opatření částečně
3329 věcně překrývá se závazky z uvedených aukcí, avšak omezení povinnosti přístupu pouze na
3330 velkoobchodní vstupy umožňující tvorbu maloobchodních hlasových služeb a služeb SMS
3331 nebo naopak jen k datovým službám nemohou vést k nápravě tržních selhání identifikovaných
3332 v této analýze směřující k dočasným opatřením. V horizontu do konce roku 2023 nelze
3333 očekávat, že by regulovaný přístup k datovým službám umožnil setrvání na trhu mobilních
3334 služeb bez přístupu k velkoobchodním vstupům pro SMS a hlasové služby. Naopak, za účelem
3335 nápravy identifikovaných tržních selhání je zapotřebí umožnit virtuálním operátorům přístup k
3336 takovým velkoobchodním službám, které jim umožní replikovat tarify zahrnující služby hlasu,
3337 SMS i dat.

3338 ČTÚ považuje za nezbytné v rámci nápravných opatření zajistit přístup k balíčkům
3339 služeb, které jsou předmětem vymezeného trhu, tedy k balíčku velkoobchodních vstupů
3340 obsahující data, SMS a hlasu bez ohledu na technologii či rádiové spektrum, prostřednictvím
3341 kterého se tyto služby poskytují ze strany MNO. Úřad je přesvědčen, že v případě
3342 „rozparcelování“ jednotlivých složek balíčků do rozdílných závazků, resp. nápravných opatření
3343 dojde k omezení jejich využitelnosti, a tedy i k jejich efektivitě a způsobilosti napravit
3344 identifikované selhání trhu. Návrh nápravných opatření není v rozporu se závazky z aukcí,
3345 nejedná se ani o duplikaci stejných opatření; naopak jde o komplementární opatření, bez
3346 kterého by hrozilo pokračování v tržním selhání.

3347 Částečné překrývání závazků u aukcí a nápravného opatření dle této analýzy je
3348 v souladu s principem proporcionality, a to s ohledem na rozdílné okamžiky v čase, kdy se
3349 jednotlivá opatření projeví na relevantním trhu. Konkrétní podmínky velkoobchodního přístupu
3350 k těmto službám budou stanoveny obdobně jako v případě závazků v aukcích, tj. včetně
3351 nastavení cenových podmínek na základě metodiky stlačování marží.

3352

6.1.8 Regulace cen podle § 56 a 57 Zákona

3353 Analýza prokázala, že na trhu dochází k uplatňování nepřiměřeně vysokých cen na
3354 velkoobchodním trhu a potažmo v neprospěch koncových uživatelů. Velkoobchodní ceny dvou
3355 navrhovaných tarifů poskytovaných na základě tohoto nápravného opatření budou stanoveny
3356 s metodikou ke stanovování cen na základě principu zákazu stlačování marží zveřejněnou
3357 ČTÚ v kombinaci se stanovením maximální ceny.

3358 Účelem stanovení cen na základě metodiky dle předchozí věty je, aby odpovídaly
3359 rozsahu infrastruktury provozované podnikem s významnou tržní silou a využívané zájemcem
3360 o přístup pro účely jím poskytovaných služeb a aby nepůsobily jako překážka rozvoje
3361 konkurence a aby zájemcům o přístup, kteří jsou stejně efektivní jako příslušný podnik
3362 s významnou tržní silou, umožňovaly poskytování služeb, které jsou předmětem
3363 velkoobchodní nabídky na podřazeném trhu nebo podřazených trzích za podobných podmínek
3364 jako příslušný podnik s významnou tržní silou.

3365 Pokud by povinnosti související s regulací cen nebyly uloženy všem podnikům
3366 s významnou tržní silou, lze předpokládat, že ze strany některého z těchto (neregulovaných)
3367 podniků bude docházet k uplatňování asymetrických a nepřiměřeně vysokých cen,
3368 neumožňujících replikovatelnost běžně využívaných služeb/tarifů s následným negativním
3369 dopadem na koncového uživatele. Analýza identifikovala již nyní, že velkoobchodní ceny
3370 přesahují ceny maloobchodní a nelze očekávat, že by bez uložení nápravných opatření došlo
3371 k zásadní změně na trhu, která by vedla k podstatnému zvýšení míry hospodářské soutěže
3372 a úpravě podmínek velkoobchodních vztahů tak, aby umožňovaly virtuálním operátorům
3373 ziskově působit na maloobchodním trhu. Naopak lze očekávat další zhoršování stávající
3374 situace s negativním dopadem jak na maloobchodní trh a koncové uživatele, tak případně i na
3375 další relevantní trhy, na kterých MNO zvyšují své tržní podíly díky společné významné tržní
3376 síle na mobilním trhu. Pokud by ČTÚ uložil cenovou regulaci jen některým podnikům, ostatní
3377 (cenově neregulované) subjekty s významnou tržní silou by nemusely být ochotny přistoupit
3378 dobrovolně na regulované maximální ceny, a naopak by mohly účtovat ceny vyšší. Proto ČTÚ
3379 navrhuje uplatnit cenovou regulaci pro všechny podniky s významnou tržní silou na tomto
3380 relevantním trhu vztáženou k definovanému tržnímu problému na maloobchodním trhu.
3381 S ohledem na výše definovaný tržní problém, kdy MVNO nejsou schopni dosahovat
3382 dostatečné marže a úspěšně se rozvíjet na souvisejícím maloobchodním trhu rezidentních
3383 zákazníků považuje Úřad za přiměřenou a vhodnou povinnost zákazu stlačování marží. Právě
3384 tato povinnost by měla odstranit nedostatečnost marže a nemožnost MVNO konkurovat MNO
3385 a nedostatečnost hospodářské soutěže na souvisejícím maloobchodním trhu.

3386 ČTÚ dospěl k závěru, že nápravná opatření podle § 51 odst. 6 písm. a), b) a d) Zákona
3387 nevedla k nápravě identifikovaného problému spočívajícího v nemožnosti získat relevantní
3388 velkoobchodní vstupy, s jejichž pomocí by byli MVNO schopni replikovat nabídky MNO na
3389 maloobchodním trhu, proto navrhuje regulaci cen. S ohledem na použitou metodiku zákazu
3390 stlačování marží, která vychází z vysokých retailových cen, bude zajištěno, že velkoobchodní
3391 cena bude při nejmenším pokrývat náklady a zajistí návratnost investic.

3392 Část E – Konzultace s ÚOHS

3393 Úřad podle § 130 odst. 3 Zákona konzultoval text návrhu *opatření obecné povahy*
3394 *analýzy trhu č. A/3/XX.2022-X, trh č. 3 – velkoobchodní trh přístupu k mobilním službám*
3395 s Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže (dále jen „ÚOHS“).

3396 **Část F – Vypořádání připomínek z veřejné konzultace**

3397 *ČTÚ provedl ve dnech xxxxx veřejnou konzultaci návrhu opatření obecné povahy*
3398 *analýzy trhu č. A/3/XX.2022-X, trhu č. 3 – velkoobchodní trh přístupu k mobilním službám (dále*
3399 *jen „návrh analýzy“).*

- 3400 **Použité definice a zkratky**
- 3401 **ČTÚ** – Český telekomunikační úřad
- 3402 **EK** – Evropská komise
- 3403 **EU** – Evropská unie
- 3404 **Metodika analýz relevantních trhů** – Metodika analýz relevantních trhů ČTÚ,
3405 zveřejněná na stránkách ČTÚ:
3406 [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)
3407 [trhu/obrazky/metodikaanalyzrelevantnichtrhu.pdf](https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/ctu/metodika-analyz-relevantnich-trhu/obrazky/metodikaanalyzrelevantnichtrhu.pdf)
- 3408 **MNO** či **stávající operátor** či **mobilní síťový operátor** či **síťový operátor** – mobilní
3409 síťový operátor, držitel přidělu rádiových kmitočtů v pásmu 700, 800 a 900 MHz.
- 3410 **MNO** – mobilní síťoví operátoři
- 3411 **MVNE** – poskytovatel velkoobchodní virtuální mobilní platformy.
- 3412 **MVNO** či **virtuální operátor** či **mobilní virtuální operátor** – subjekt, který není
3413 mobilním síťovým operátorem a působí na vymezením maloobchodním trhu na základě
3414 velkoobchodních vstupů.
- 3415 **MVNO** – virtuální operátoři
- 3416 **Pokyny** – Sdělení Komise – Pokyny k analýze trhu a posouzení významné tržní síly
3417 podle předpisového rámce EU pro síť a služby elektronických komunikací (2018/C
3418 159/01).
- 3419 **ÚOHS** – Úřad pro ochranu hospodářské soutěže
- 3420 **ZEK** nebo **zákon o elektronických komunikacích** – zákon č. 127/2005 Sb.,
3421 o elektronických komunikacích a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o
3422 elektronických komunikacích), ve znění pozdějších předpisů. Odkazy na konkrétní
3423 ustanovení ZEK se mohou po vydání této analýzy stát neaktuální z důvodu očekávané
3424 novelizace ZEK. V případě, že některé odkazy na konkrétní ustanovení ZEK uvedené
3425 v analýze budou po jejím vydání neaktuální, tyto odkazy je třeba považovat za
3426 odkazující na ustanovení ZEK věcně shodná s ustanoveními dle stávajících odkazů.