



Český telekomunikační úřad

Test tří kritérií pro Trh mobilních služeb

Trh mobilních služeb

Úvod

Dne 2. března 2016 Český telekomunikační úřad (dále jen „Úřad“) vydal opatřením obecné povahy č. A/8/3.2016-2 analýzu trhu přístupu a původu volání (originace) ve veřejných mobilních telefonních sítích), který byl vymezen jako velkoobchodní trh zahrnující přístup k mobilním hlasovým voláním, SMS a datovým službám, a služby originace volání ve veřejných mobilních telefonních sítích GSM a UMTS.

V jejím rámci Úřad provedl test tří kritérií, jehož závěry neprokázaly nezbytnost ex-ante regulace na tomto trhu. V rámci procesu předchozí [veřejné konzultace](#) k návrhu této analýzy a v ní obsaženém testu tří kritérií Úřad obdržel připomínky, které nejčastěji směřovaly k potřebě rozšířit či redefinovat trh č. 8 o segment datových služeb, zejména v oblasti LTE sítí. Jak Úřad v rámci vypořádání veřejné konzultace uvedl, vycházel při provádění uvedené analýzy z původně provedeného věcného vymezení předmětného trhu z roku 2012. Úřad při vydání uvedené analýzy nicméně deklaroval záměr přistoupit v průběhu roku 2016 k novému hodnocení situace na trhu mobilních služeb se zohledněním postupného rozvoje datových služeb v sítích LTE.

V rámci provedení tohoto hodnocení Úřad opět provedl v souladu s Doporučením o relevantních trzích¹ test tří kritérií, kterému předchází věcné vymezení – maloobchodního a velkoobchodního trhu a vymezení časové a územní. K testu tří kritérií lze přistoupit pro identifikaci relevantního trhu, který není uveden v Doporučení.

To znamená, že pouze trh, na kterém Úřad prokáže, že jsou kumulativně splněna tři kritéria, kterými jsou

- (I) existence značných, a nikoliv dočasných strukturálních, právních nebo regulačních překážek vstupu,
- (II) struktura trhu, který v daném časovém horizontu nesměřuje k účinné hospodářské soutěži, a to s ohledem na stav hospodářské soutěže založené na infrastruktuře a jiné hospodářské soutěže, které vyvolávají překážky vstupu a
- (III) samo právo hospodářské soutěže není schopno dostatečně reagovat na uvedené selhání trhu,

Ize považovat za relevantní a vhodný pro uložení ex-ante regulace, pokud se na něm následně prokáže existence SMP.

¹ [Doporučení](#) Komise ze dne 9. října 2014 o relevantních trzích produktů a služeb v odvětví elektronických komunikací, které připadají v úvahu pro regulaci ex ante podle směrnice Evropského parlamentu a Rady 2002/21/ES o společném předpisovém rámci pro sítě a služby elektronických komunikací (2014/710/EU).

1. Věcné vymezení maloobchodního trhu

Při vymezení maloobchodního trhu Úřad postupoval v souladu s Pokyny² – částí 2.2.1, článkem 44³. Proces definování trhu relevantního produktu nebo služby je proto zahájen definováním souboru služeb, které využívají spotřebitelé pro stejné účely (koncové užití).

Úřad při definování trhu (maloobchodního i velkoobchodního) v souladu s Doporučením vzal do úvahy stávající stav rozvoje sítí a služeb a aplikoval přístup zaměřený na budoucnost (forward looking approach), na což klade důraz i bod 2.1 Vysvětlujícího memoranda⁴.

Při stanovení základní služby Úřad vycházel jak z dosavadního vývoje, tak i z předpokládaného vývoje do budoucna, a to zejména s ohledem na zastoupení jednotlivých druhů služeb na trhu, podílů a potenciálu dalšího růstu.

Při hodnocení zastupitelnosti Úřad vzal do úvahy rozvoj mobilních sítí 4G. Úřad rovněž zohledňuje průběžné snižování významu sítí 2G, popř. 3G sítí, pro poskytování datových mobilních služeb ve sledovaném období.

Úřad posuzoval rovněž rozvoj dalších technologií nad rámec stávajících mobilních sítí, jako jsou např. tzv. LPWAN sítě (Internet věcí), do jejichž rozvoje investují nejen mobilní síťoví operátoři, a u kterých je prognózován razantní nárůst významu na trhu mobilních služeb již ve sledovaném období. Úřad v současné době eviduje aktivity některých subjektů na trhu elektronických komunikací (např. České radiokomunikace či Sigfox/T-Mobile), které se profilují jako poskytovatelé tzv. internetu věcí na LPWAN sítích.

Nicméně s ohledem na parametry těchto služeb poskytovaných na LPWAN sítích se Úřad v tomto dokumentu dále jimi nezabývá, i díky tomu, že nelze očekávat využití těchto sítí pro nabídku klasických služeb v mobilních sítích (hlas, SMS, přístup k internetu).

Popis typů mobilních služeb

Obecně v mobilních sítích lze nabízet tři druhy služeb: mobilní hlasové služby, služby SMS, a datové služby (mobilní a nomádní). SMS služby jsou na trhu nabízeny vždy společně s mobilními hlasovými službami. Na trhu se tak lze setkat se třemi variantami nabídek. Jedná se o mobilní hlasové služby společně se službou SMS, samostatné mobilní datové služby – mobilní internet, či kombinace všech výše zmíněných třech kategorií služeb – mobilní hlasové služby, služby SMS společně s datovými službami. Klasické mobilní služby tedy Úřad rozdělil do následujících kategorií, jak ukazuje Obr. č. 1.

- Mobilní tarif bez dat⁵, který obsahuje mobilního hlasové služby a služby SMS,
- Mobilní tarif s daty⁶, který obsahuje mobilní hlasové služby, služby SMS a internet v mobilu a

² Pokyny Komise týkající se analýzy trhu a stanovení významné tržní síly v souladu s regulačním rámcem EU pro sítě a služby elektronických komunikací (2002/C 165/03) ze dne 11. července 2002, angl. verze

³ „Podle zažitého precedenčního práva – relevantní trh produktu/slужby zahrnuje všechny produkty nebo služby, které jsou dostatečně zaměnitelné nebo nahraditelné, nejen ve smyslu jejich objektivních charakteristik, v důsledku čehož jsou zvláště vhodné pro uspokojování trvalých potřeb spotřebitelů, jejich ceny nebo zamýšleného užití, ale také ve smyslu konkurenčních podmínek a/nebo struktury nabídky a poptávky na dotyčném trhu. Produkty nebo služby, které jsou vzájemně zaměnitelné jen v malé nebo relativní míře, nejsou součástí téhož trhu.“

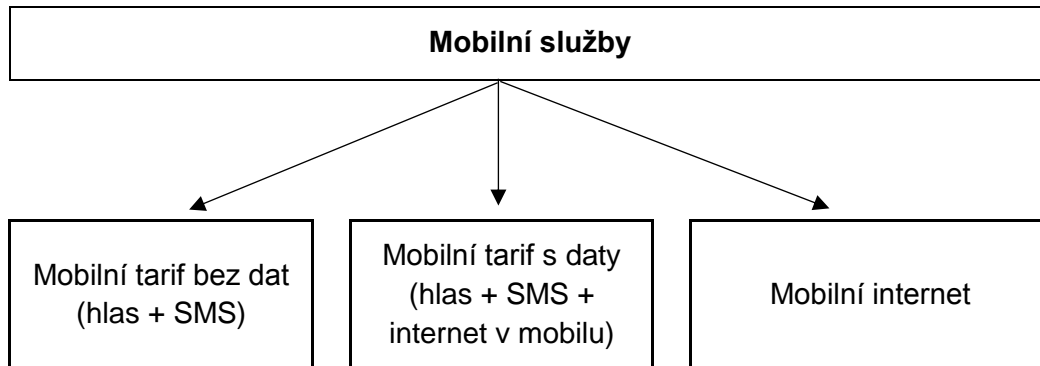
⁴ Explanatory Note, SWD(2014) 298 ze dne 9. října 2014.

⁵ Přístup k datovým službám je povolen, avšak v rámci daného tarifu nevyužíván.

⁶ Do těchto služeb, jsou zahrnuty jak post-paid tarify, tak i pre-paid tarify, které byly použity alespoň jednou za 3 měsíce pro přístup k internetu.

- samostatné mobilní datové služby – Mobilní internet.

Obr. č. 1: Základní kategorie mobilních služeb



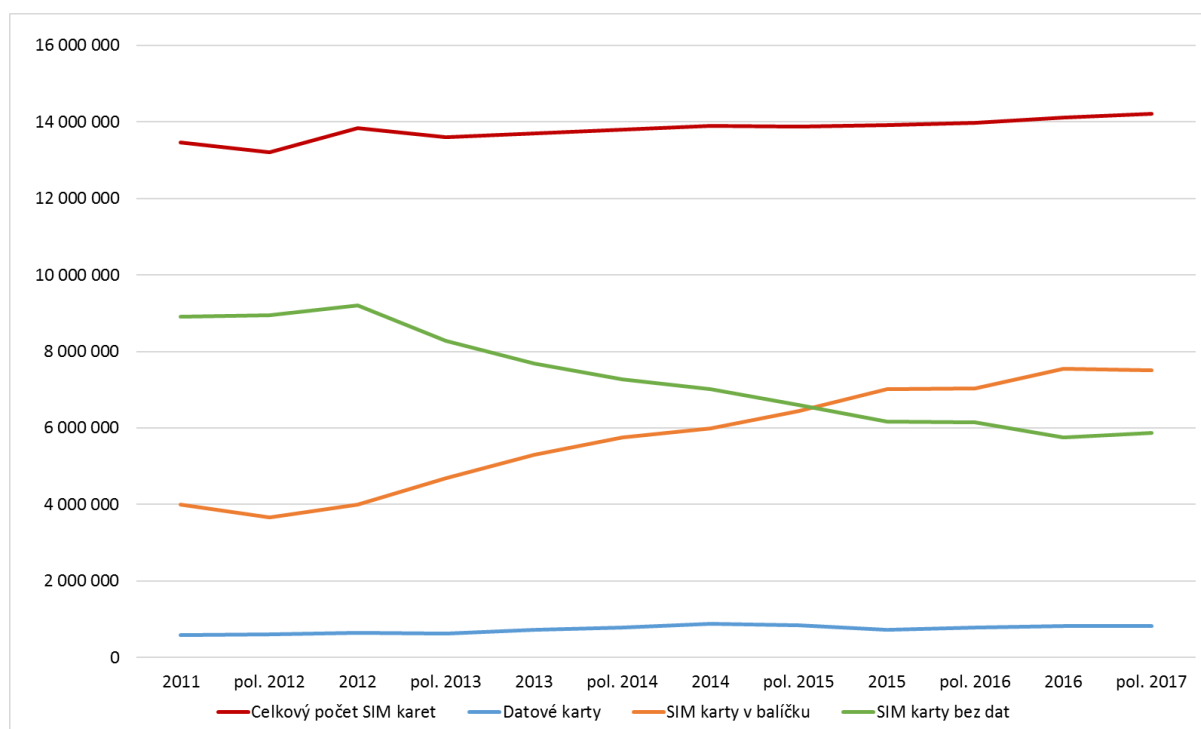
Při posuzování možného zahrnutí služeb poskytovaných v mobilních sítích do věcného vymezení maloobchodního trhu mobilních služeb Úřad vychází z rozdílného využití služeb poskytovaných v mobilních sítích koncovým účastníkem, čemuž odpovídá i struktura nabídky poskytovatelů. Služby zařazené do jednotlivých kategorií/skupin Úřad dále podrobil zkoumání vzájemné zastupitelnosti, zda tvoří jeden trh, nebo několik samostatných trhů.

Mobilní tarif s daty lze vzhledem k počtu účastníků považovat na maloobchodním trhu za dominantní, ale i nejrychleji rozvíjející se službu na základě posouzení současného i budoucího vývoje, jak dokazuje Graf č. 1.

Co se týče Mobilních tarifů bez dat, lze si všimnout konstantního poklesu již od roku 2012. Tato skutečnost tak naznačuje rostoucí preferenci koncových uživatelů, kdy upřednostňují mobilní tarify obsahující i datové služby, k čemuž přispívá také skutečnost, že síťoví operátoři již mobilní tarify bez dat aktivně nenabízejí. Již od druhého pololetí roku 2015 je na mobilním trhu nabízeno více tarifů s datovými službami než bez nich. Úřad tak s ohledem na výše uvedené předpokládá, že tento trend bude pokračovat a na mobilním trhu budou stále více dominovat tarify zahrnující mobilní datové služby. Proto se Úřad bude ve svém výhledu do budoucna zabývat tarify s datovými službami, neboť při aplikaci SSNIP testu lze předpokládat pro Mobilní tarify s daty a bez dat, že by v případě malého, ale významného a trvalého zvýšení cen k přechodu účastníků z Mobilních tarifů s daty na Mobilní tarify bez dat z důvodů odlišných vlastností služeb nedocházelo, jelikož tato substituující služba neuspokojuje uživatelskou potřebu přístupu k internetu. Samotné datové služby představují zvýšení ceny pro zákazníka o více než 10 % k původní ceně mobilního tarifu s daty a nelze je tak považovat za substitut, neboť zákazník by radši upřednostnil zvýšení ceny původního tarifu o 10 % a nepřešel by tak na kombinaci tarifu s hlasovou a datovou službou a samostatného datového tarifu.

Dále se Úřad bude zabývat mobilním internetem, používaným prostřednictvím samostatných SIM karet např. v tabletech či noteboocích.

Graf č. 1: Vývoj počtu SIM karet v jednotlivých kategoriích



Zdroj: ČTÚ, 2017

Prvním krokem k vymezení maloobchodního i velkoobchodního trhu je samotný popis jednotlivých nabídek na trhu a zkoumání možné zastupitelnosti na straně poptávky i nabídky pro jejich případné zařazení na tento trh.

Zkoumání zastupitelnosti na maloobchodním trhu zahrnuje:

- popis kategorie služeb, hodnocení jejich vlastností,
- strukturu nabídky služeb a jejich ceny (Úřad posuzoval současné nabídky služeb poskytovatelů, jejich nabízené parametry a ceny, kde v rámci věcného vymezení trhu posuzoval Úřad i rozdílnosti v cenových nabídkách pro danou službu),
- strukturu a vývoj poptávky.

1.1. Mobilní tarif s daty

Mobilní tarif s daty je kombinací tří základních mobilních služeb – hlasové služby, služby SMS a přístupu k internetu – Internet v mobilu. Služby jsou poskytovány prostřednictvím koncového zařízení – mobilního telefonu (klasický mobilní telefonní přístroj či chytrý mobilní telefon s operačním systémem – tzv. smartphone), a to ve formě pre-paid, či post-paid tarifů. Tyto služby jsou službami mobilními. Za takovou službu se považuje služba, která je poskytována za pohybu bez přerušení komunikace (umožňující tzv. handover mezi jednotlivými základnovými stanicemi dané veřejné mobilní sítě).

a) popis kategorie služeb, hodnocení jejich vlastností

Přístup k službám hlasového volání, službě SMS a mobilním datovým službám představuje SIM karta daného mobilního operátora, která umožňuje využívat na území České republiky služby v mobilních sítích tohoto vybraného mobilního operátora (přímo nebo na

základě velkoobchodních smluv, v případě poskytování maloobchodních služeb MVNO⁷) nebo v případě mezinárodního roamingu v síti zahraničního operátora.

Současně si u poskytovatele služeb uživatel zřizuje příslušný mobilní tarif (ve formě pre-paid či post-paid), který zahrnuje služby, které hodlá prostřednictvím mobilního telefonu využívat a volí si jejich rozsah (hlasové služby + SMS + internet). Pro hlasové a SMS služby je nejčastěji využívána nejstarší technologie 2G. Nově od roku 2017 lze využívat 4G síť i pro hlasové volání skrze technologii VoLTE u všech síťových operátorů.

Její využití v současné době je však limitováno nižší penetrací podporujících koncových zařízení mezi uživateli a relativně vyšší pořizovací cenou těchto terminálů (i když Úřad registruje, že výrobci již uvádějí na trh takto vybavené telefony i ve střední či nižší střední třídě). Pro plné využití předností VoLTE, tj. rychlé spojení hovoru, HD Voice a možnost videohovorů, je nutné, aby jak originující, tak přijímající strana disponovala koncovým zařízením podporujícím tuto technologii.

Pro přístup k internetu jsou využívány všechny dostupné mobilní technologie daného operátora (2G/3G/4G), přičemž přechod mezi technologiemi, respektive základnovými stanicemi využívajícími jinou technologii, nevede k přerušení používání služeb uživateli. V závislosti na dané technologii však dochází ke změně dosahovaných parametrů nabízených služeb, kdy síť LTE umožňuje, v porovnání s předchozími generacemi mobilních sítí, využívat vyšší přenosové rychlosti a zároveň lepší kvalitativní parametry (např. nižší hodnoty zpoždění – latence). Například maximální teoretická přenosová rychlost je u sítí 2G – 473,6 kbit/s, 3G – 42 Mbit/s, LTE – 150 Mbit/s a LTE-A – 450 Mbit/s. Mediánová hodnota přenosových rychlostí ve směru download se dle [Netmetru](#)⁸ u 2G sítě za poslední tři měsíce (srpen až říjen 2017) v České republice pohybovala v rozmezí 0,11-0,13 Mbit/s v závislosti na operátorovi. U technologie 3G se tato hodnota pohybovala v rozmezí 6,9–8,5 Mbit/s a u technologie 4G pak v rozmezí 20,9–33,5 Mbit/s.

Aby mohl účastník využívat tyto technologie, musí však disponovat koncovým zařízením a SIM kartou, která danou technologii podporuje, přičemž SIM kartu podporující technologii LTE lze u poskytovatele běžně získat většinou zdarma⁹ výměnou své stávající SIM karty, která tuto technologii nepodporuje. V současné době jsou služby sítě 4G dostupné zpravidla prostřednictvím smartphonů a SIM karet s podporou LTE technologie (tzv. Universal SIM). Pokud koncové zařízení uživatele mobilních datových služeb tyto předpoklady nespĺňuje, je možné datové služby využívat pouze v sítích 2G a 3G.

Tato kategorie služeb vznikla jako první mobilní datová služba v 2G sítích. Internetové připojení o rychlosti, které disponují 2G síť, však je již v současné době nedostačující pro práci s webovými aplikacemi a pro multimediální služby, zejména pro přehrávání videa.

⁷ MVNO, nebo též mobilní virtuální operátor je subjekt poskytující mobilní služby koncovým účastníkům svým jménem a který nedisponuje vlastní rádiovou přístupovou sítí (resp. nemá vlastní přidělení frekvencí pro vybudování rádiové přístupové sítě). MVNO kupuje přímo (či nepřímo prostřednictvím MVNE) přístup do mobilní sítě a originaci provozu nebo poskytování služeb od MNO – mobilních síťových operátorů, kteří disponují vlastní mobilní sítí. Značkoví přepravci nejsou pro účely této analýzy zařazeni do skupiny MVNO, avšak koncoví uživatelé (SIM karty) jsou zařazeny do podílů příslušných MNO, resp. MVNO. Koncoví uživatelé jsou v tomto případě účastníky mobilního síťového operátora (MNO) nebo mobilního virtuálního operátora (MVNO). Účastnický vztah se síťovým operátorem, případně virtuálním operátorem je zachován, nabídka je ale deklarována vůči účastníkovi pod jinou obchodní značkou.

⁸ Netmetr je nástroj pro měření aktuální kvality služeb přístupu k Internetu. Tuto službu provozuje sdružení CZ.NIC a Český telekomunikační úřad. Netmetr je dostupný na www.netmetr.cz.

⁹ U společnosti O2 činí poplatek za výměnu SIM karty 99 Kč.

Toto připojení se hodí maximálně pro práci s jednoduchými textovými emaily, eventuálně pro textový instantní messaging.

Až do rozvoje 4G sítí a masového rozšíření smartphonů, umožňujících účastnický komfortní přístup k datovým službám v mobilní síti, byly pro uživatele mobilních telefonů/mobilních služeb jednoznačně rozhodující službou hlasové služby a služby SMS. Služba přístupu k internetu v rámci tarifů byl v počátcích považován spíše za doplňkovou službu. Výše uvedeným rozvojem vysokorychlostních LTE sítí a masovým rozšířením sofistikovaných koncových zařízení se postupně dostávaly a dostávají mobilní datové služby do popředí zájmu jak uživatelů, tak i poskytovatelů mobilních služeb.

Na základě výše uvedeného vývoje (viz Graf č. 1) je dle názoru Úřadu možno vymezit Mobilní tarif s daty jako základní službu na trhu mobilních služeb.

b) struktura nabídky služeb a jejich ceny

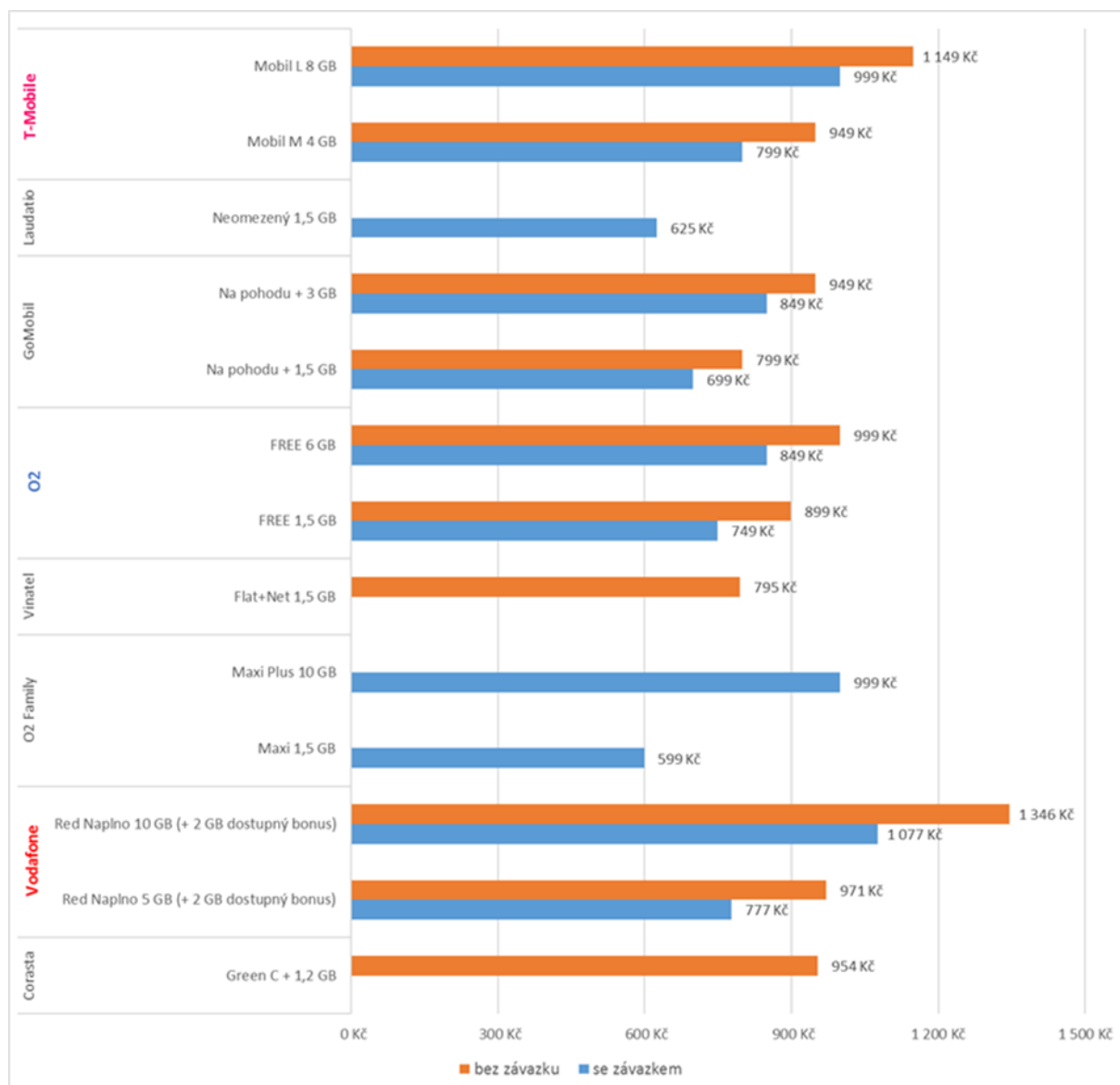
V současné době – po představení nových mobilních tarifů síťových operátorů v období od dubna do června 2017 – dominují v nabídkách těchto operátorů hlasové tarify, které již ve své základní konfiguraci obsahují mobilní data. Oproti předchozím tarifům došlo ke zřetelnému navýšení obsaženého objemu mobilních dat. Za cenu okolo 800 Kč¹⁰ tak lze u všech tří síťových operátorů získat tarif s 24 měsíčním úvazkem, který vedle neomezeného volání a SMS poskytne uživateli v průměru 5 GB dat (u konkrétních tarifů jde o 4 až 6 GB). Oproti předešlému období, kdy v nabídkách síťových operátorů figuroval takřka identický neomezený tarif s 1,5 GB dat za cenu 749 Kč¹¹, tak došlo zhruba ke ztrojnásobení dostupného objemu dat při relativně malém zvýšení ceny o 50 až 100 Kč za celkový tarif. Vedle této nabídky lze u síťových operátorů uzavřít účastnickou smlouvu i na tarify, které vedle určitého počtu minut pro volání (příp. v kombinaci s neomezeným voláním ve vlastní síti) a SMS obsahují jen poměrně malý objem dat v řádu desítek či stovek megabytů. Tyto tarify lze získat za cenu od zhruba 350 Kč výše. Na druhé straně jsou pro zájemce o velké objemy mobilních dat dostupné i neomezené hlasové a SMS tarify obsahující data v rozmezí od 8 do 60 GB. U těchto tarifů se cena aktuálně pohybuje od 999 do 2 499 Kč a dle konkrétní nabídky mohou obsahovat i další doplňkové služby, například určitý počet minut pro mezinárodní volání.

V nabídce virtuálních operátorů lze rovněž nalézt tzv. neomezené hlasové a SMS tarify s daty – viz příklady, které uvádí Graf č. 2, jejich zastoupení v nabídkách MVNO je ale poměrně malé a současně objemy dat, které lze v těchto tarifech získat jsou ve srovnání s nabídkami síťových operátorů výrazně nižší. Pakliže by si chtěl uživatel sestavit obdobný tarif (ať již přímo výběrem takto nakonfigurovaného tarifu nebo kombinací tarifu a aktivací vhodného datového balíčku), který nabízejí síťoví operátoři (viz výše – neomezené volání + SMS + cca 4-5 GB dat), zaplatil by – až na výjimku, kterou tvoří nabídka majetkově propojeného virtuálního operátora O2 Family – výrazně vyšší cenu od 1 095 až po 2 515 Kč. Virtuální operátoři jsou schopni tvořit cenově zajímavé nabídky pro uživatele hlasových tarifů, kteří využívají hlavně volání a SMS (ale nepotřebují je nutně v neomezené formě), případně jim postačuje malé množství dat v řádu nízkých stovek megabytů měsíčně. Například tarif obsahující 150 minut pro volání, 50 SMS a 150 MB dat lze u virtuálních operátorů získat za cenu od 248 Kč, kdežto u síťových operátorů začínají ceny mobilních tarifů na zhruba 350 Kč.

¹⁰ Uváděné ceny jsou včetně DPH, není-li uvedeno jinak.

¹¹ Který na trh jako první uvedla společnost O2 (dříve Telefónica) dne 11. dubna 2013, tedy v době, kdy obdobné neomezené tarify byly na trhu nabízeny za několikanásobně vyšší cenu. Ostatní konkurenční mobilní síťoví operátoři (T-Mobile a Vodafone) na tuto, v té době revoluční nabídku, reagovali během velmi krátké doby. V řádu jednotek dní připravili a uvedli na trh vlastní tarify s velmi podobnými (či dokonce stejnými) parametry a cenou.

Graf č. 2: Mobilní tarify s daty (neomezené volání a SMS v ČR + data 1–10 GB) k 20. 6. 2017



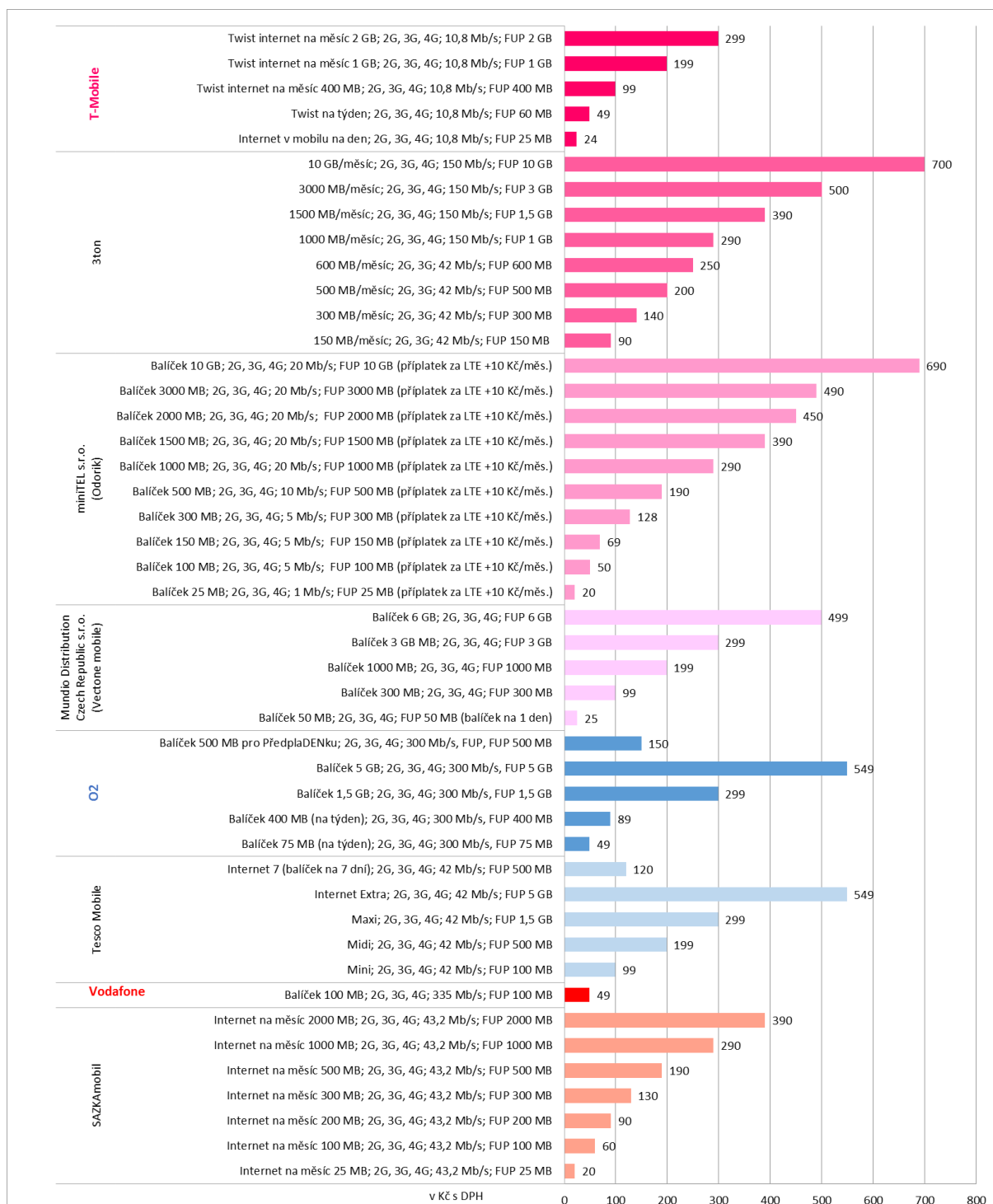
Zdroj: Ceníky vybraných poskytovatelů

U předplacených karet lze při srovnání základních ceníků konstatovat, že volání a SMS poskytují cenově výhodněji virtuální operátoři. Jejich ceny se obvykle pohybují od 1,50 do 2,50 Kč za minutu hovoru, a ceny SMS od 1,00 do 1,99 Kč. Pro srovnání, ceny na předplacených kartách u síťových operátorů jsou 3,50 až 7,50 Kč za minutu volání a 1,50 až 2,40 Kč za odeslání SMS. Vedle těchto základních cen na svých primárních značkách ovšem síťoví operátoři poskytují pre-paid služby i pod dalšími vlastními značkami – např. Kaktus (T-Mobile) nebo Oskarta (Vodafone) – a u nich je cenová hladina nastavena stejně jako u pre-paid služeb virtuálních operátorů, tj. minuta hovoru vyjde na 2,00 až 2,50 Kč za minutu a SMS na 1,50 Kč. U datových balíčků je ve srovnání s hovory a SMS situace opačná. Cenově výhodněji je poskytují síťoví operátoři. Například 1 GB balíček lze zakoupit za 199 Kč (T-Mobile), kdežto v síti virtuálního operátora (3ton a Sazka mobil), viz Graf č. 3, vychází tento balíček na 290 Kč. Za obdobnou cenu – 299 Kč nabízí operátor O2 balíček dat o objemu 1,5 GB a operátor T-Mobile pak 2 GB. Nižší balíček 400 MB vyjde u síťových operátorů

(T-Mobile, O2) na 99, resp. 89 Kč. U virtuálních operátorů pak obdobný balíček 500 MB stojí zhruba dvojnásobek (190–200 Kč).

V návaznosti na výše jmenované příklady Úřad v Graf č. 3 uvádí srovnání nabídek vybraných síťových a virtuálních operátorů. Z něj je patrné, že nabídky datových balíčků na předplacených kartách u síťových operátorů jsou v současné době oproti nabídkám virtuálních operátorů z cenového hlediska o desítky až stovky procent výhodnější. Výjimkou je plnohodnotný (Full) MVNO Vectone mobile. Tento britský virtuální operátor, který funguje v řadě zemí EU, vstoupil na český trh v květnu 2016. V současné době – dle údajů za rok 2016 – má zhruba 6 900 uživatelů, resp. SIM karet a zaměřuje se výhradně na poskytování pre-paid služeb. Srovná-li Úřad jeho cenové nabídky datových balíčků s ostatními MVNO a MNO, je zřejmé, že jsou srovnatelné se síťovými operátory (a v některých případech i výhodnější).

Graf č. 3: Srovnání datových balíčků u pre-paid SIM karet vybraných poskytovatelů k 20. 6. 2017



Zdroj: Ceníky vybraných poskytovatelů

Poznámka: U některých poskytovatelů je pro přehlednost uvedena i obchodní značka, pod kterou je služba nabízena

Při srovnání datových balíčků u post-paid tarifů je situace komplikovanější. Je to dáno například tím, že již samotné mobilní tarify, jak je konstatováno výše, v sobě obsahují určitý objem dat a ten lze po jeho vyčerpání v průběhu zúčtovacího období různým způsobem navýšit. Současně k této možnosti přistupují jednotliví poskytovatelé odlišně. Prvním ze

způsobů je tzv. obnovení dat (také reset, vynulování), kdy si uživatel za určitý poplatek obnoví původní (příp. sníženou – dle podmínek konkrétního tarifu) hodnotu svého datového objemu. Druhou variantou je aktivace balíčku o vybraném objemu dat ke svému tarifu. Tento balíček má uživatel poté každý měsíc k dispozici pro využití. A konečně třetí možností je tzv. dokup po vyčerpání, kdy si uživatel může opakovaně v průběhu měsíce dokupovat zvolený (zpravidla relativně malý) objem dat. Jednotkové ceny se v rámci těchto různých způsobů výrazně liší a jsou závislé i na samotném mobilním tarifu. Obecně lze konstatovat, že u vyšších tarifů vychází navýšení dat z hlediska jednotkové ceny výhodněji než u nižších tarifů. Jako příklad lze uvést operátora O2. U tarifu Free 200 MB vyjde uživatele obnovení objemu 200 MB na 99 Kč, u tarifu Free 1,5 GB vyjde obnovení 1,5 GB na 149 Kč a u tarifu Free 6 GB vyjde obnovení 2 GB na 249 Kč. Jednotková cena za 1 GB tak u jednotlivých tarifů vychází na 495 Kč (tarif Free 200 MB), na 99 Kč (tarif Free 1,5 GB), a na 124,50 Kč (tarif Free 6 GB). Pro uživatele je obvykle výhodnější zvolit rovnou tarif s vyšším objemem dat než posléze data dokupovat k nižšímu tarifu. Pro ilustraci lze uvést příklad operátora T-Mobile, který nabízí tarif Mobil M se 4 GB za 799 Kč a vyšší tarif Mobil L s 8 GB za 999 Kč. 4 GB navíc tak uživatel získá při srovnání obou tarifů za 200 Kč. Kdežto pokud by k tarifu Mobil M dokupoval další 4 GB, vyšlo by jej to v případě aktivace přímo 4 GB balíčku na 399 Kč. A v případě, že by si aktivoval jen balíček s 2 GB (za 299 Kč) a i po jeho vyčerpání by opakovaně dokupoval data prostřednictvím jednorázového balíčku 220 MB (za 100 Kč), vyšlo by jej souhrnných 4 GB dat na 1 208 Kč. Z uvedeného příkladu je patrné, že cena za mobilní data je zásadně ovlivněna způsobem, jakým jsou navyšována (viz v úvodu 3 jmenované možnosti), respektive celkově zvoleným mobilním tarifem. Názorně je vidět, že datový objem 4 GB může uživatel získat za 200 Kč, za 399 Kč, ale také za 1 208 Kč. Jednotková cena za 1 GB se tak výrazně liší a může být 50 Kč, 100 Kč, ale také 302 Kč. Při srovnání cen datových balíčků síťových a virtuálních operátorů lze sledovat, že virtuální operátoři nabízejí 1 GB dat nejčastěji za cenu okolo 290 Kč a menší balíček 150 MB pak průměrně za 80 Kč. Síťoví operátoři mají v nabídce balíček 1 GB dat průměrně za 130 Kč a jejich nižší balíčky obvykle obsahují 100 až 500 MB a stojí 25 až 99 Kč. Je tedy zřejmé, že současná nabídka mobilních dat ze strany virtuálních operátorů není schopna plně reagovat na nové tarify a balíčky síťových operátorů.

Ve druhé polovině roku 2017 se v nabídkách síťových operátorů T-Mobile a Vodafone nově objevily také speciální datové balíčky StreamOn¹² a Vodafone Pass¹³ pro neomezenou spotřebu hudby, videa, obsahu sociálních sítí, případně komunikace prostřednictvím OTT komunikačních kanálů. Jejich ceny se pohybují od 99 do 249 Kč. Společnost O2 ani žádný z virtuálních operátorů obdobné nabídky na trh zatím neuvedli.

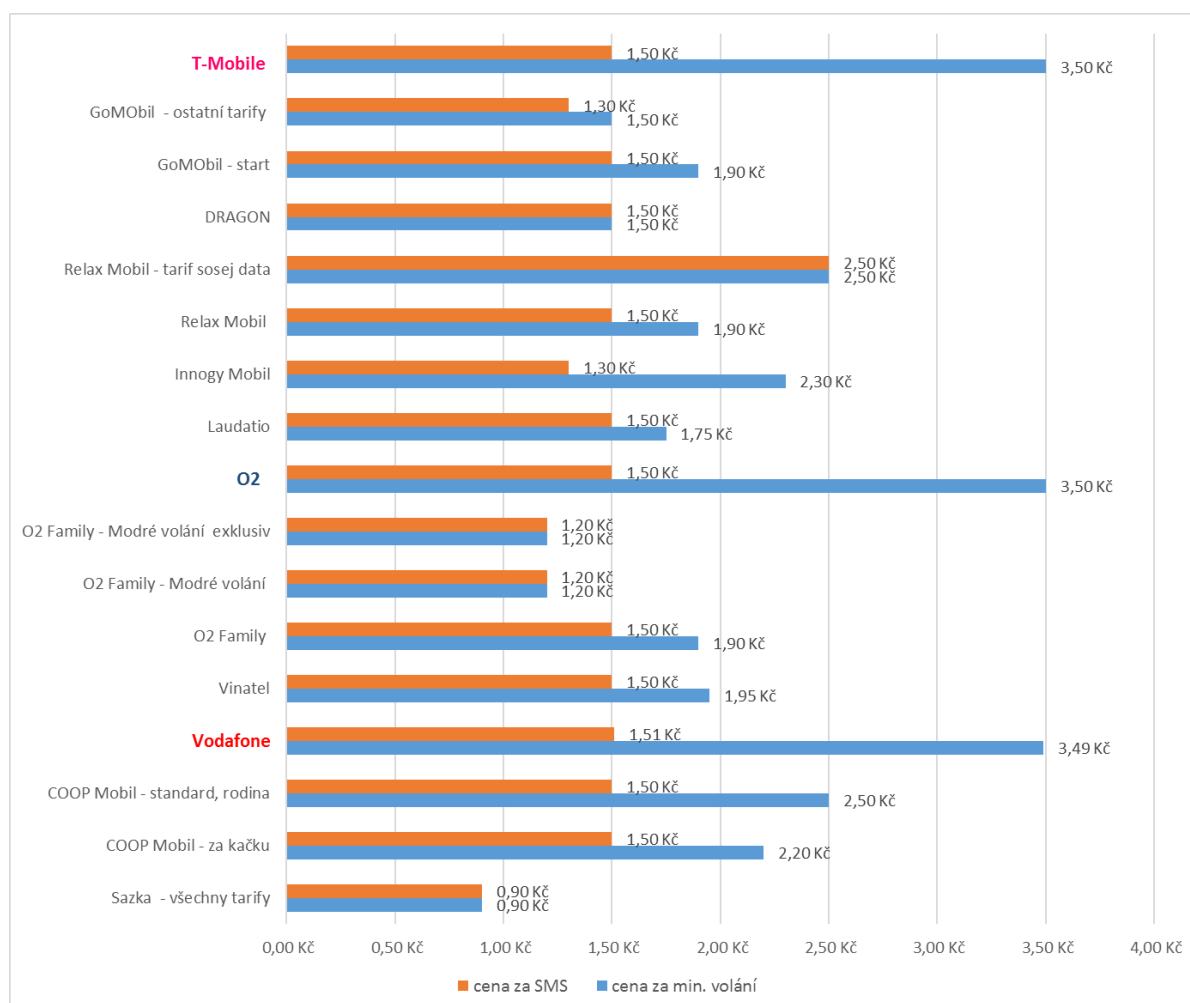
Dále se Úřad zabýval cenou volání a SMS nad rámec volných jednotek obsažených v tarifech poskytovatelů (viz Graf č. 4). Z porovnání vyplývá, že jednotková cena za 1 SMS je ve většině případů 1,50 Kč. Výjimečně je cena vyšší – 2,50 Kč, a v několika případech i nižší – od 0,90 Kč do 1,30 Kč. Celkově se průměrná ceníková cena pohybuje u vybraných poskytovatelů právě okolo 1,50 Kč. Z porovnání je vidět, že ceny za SMS mezi MNO a MVNO se nijak výrazně neliší. U nabízených cen volání nad rámec volných jednotek lze pozorovat větší rozpětí. Průměrná ceníková cena za minutu u níže vybraných poskytovatelů činí 2,11 Kč za minutu. Jednotlivé ceny se ovšem výrazně liší a pohybují se v intervalu od 0,90 Kč do 3,50 Kč za minutu hovoru. Nejvyšší ceny se vyskytují u síťových operátorů, a to ve shodné

¹² <https://www.t-mobile.cz/streamon>

¹³ <https://www.vodafone.cz/osobni/volani/vodafone-pass>

výši 3,50 Kč za minutu. Naopak u virtuálních operátorů lze sledovat větší variabilitu a minutová sazba zde začíná již pod úrovní 1 Kč. Průměrná ceníková cena za minutu hovoru se tak u vybraných virtuálních poskytovatelů mobilních služeb pohybuje okolo 1,80 Kč min. U nových tarifů síťových operátorů, které byly představeny v období od 2. dubna 2017, lze pozorovat tendenci nabízet neomezené hlasové a SMS tarify, u kterých je možné za cenu měsíčního paušálu volat a posílat SMS do všech sítí bez omezení. Pouze u nižších tarifů (s nižším obsahem dat v řádu stovek MB) pak někteří síťoví operátoři účtují doplatky za SMS (T-Mobile, Vodafone), případně za minutu hovoru (Vodafone). Tyto ceny se oproti výše uvedenému nezměnily.

Graf č. 4: Porovnání cen za min. volání nebo SMS nad rámec volných minut a SMS nebo bez uplatnění tohoto rámce k 20. 6. 2017



Zdroj: Ceníky vybraných poskytovatelů

Z výše uvedených grafů (Graf č. 2, Graf č. 3, Graf č. 4) vyplývá, že nabídka služeb je u MNO a MVNO srovnatelná. Z cenového hlediska vychází v současné době výhodněji u síťových operátorů, zejména pokud srovnáváme neomezené hlasové a SMS tarify a také dodatečné navyšování dat. Je zřejmé, že na nově představené tarify ze strany síťových operátorů dosud virtuální operátoři nejsou schopni reagovat obdobnou nabídkou. Při srovnání minutové sazby a ceny SMS nad rámec volných jednotek obsažených v tarifu je patrné, že cena SMS je u všech subjektů srovnatelná. Jednotkové ceny volání jsou o 1,0 až 2,60 Kč nižší u virtuálních operátorů, je nutné brát ovšem v potaz, že plně neomezené hlasové a SMS tarify

jsou více a ve větší míře zastoupeny právě u síťových operátorů, čímž se pro uživatele eliminuje potřeba kalkulovat s cenou nad rámec volných jednotek.

c) *struktura a vývoj poptávky*

Dostupnosti nových datových sítí odpovídá i vývoj počtu Mobilních tarifů s daty na maloobchodním trhu a zvyšující se penetrace Mobilních tarifů s daty na celkovém počtu SIM karet. Z údajů, které má Úřad k dispozici, vyplývá, že od poloviny roku 2012 dochází jak k mírnému růstu celkového počtu aktivních SIM karet, tak za celoroční období k růstu počtu SIM karet využívaných v Mobilních tarifech s daty, jak dokazuje tabulka níže. Dostupné údaje k pololetí 2017 naznačují stagnaci penetrace Mobilních tarifů s daty, avšak Úřad předpokládá, že za celkové období roku 2017 dojde k navázání na dosavadní rostoucí trend.

Tab. č. 1: Přehled penetrace Mobilních tarifů s daty

	2011	2Q 2012	2012	2Q 2013	2013	2Q 2014	2014	2Q 2015	2015	2Q 2016	2016	2Q 2017
Penetrace SIM karty	128%	126%	132%	129%	131%	131%	132%	132%	133%	135%	135%	136%
Penetrace Mobilních tarifů s daty	38%	35%	38%	45%	50%	55%	60%	62%	66%	67%	71%	71%

Zdroj: ČTÚ

Ve sledovaném období očekává Úřad v České republice růstový trend využívání Mobilních tarifů s daty spolu se zvyšováním penetrace smartphonů i v následujících letech, a to z důvodu klesající jednotkové ceny za služby mobilního přístupu (cena za 1 MB, resp. 1 GB přenesených dat), rozšiřování a vylepšování mobilních sítí, zvyšování jejich kapacity a rychlosti přenosu dat na straně nabídky. Zlepšení parametrů mobilních sítí je předpokládáno s dalším rozvojem LTE sítí, mimo jiné i ve vyšších kmitočtech, což umožní zkvalitnění signálu zejména v městských aglomeracích a zvýšení kapacitních možností mobilních sítí. V ČR proběhla v roce 2016 aukce takovýchto kmitočtů pro sítě LTE, konkrétně v pásmech 1 800 a 2 600 MHz. V období od března do července 2017 proběhla další aukce, a to kmitočtů v pásmu 3 600 - 3 800 MHz vhodných pro poskytování bezdrátového vysokorychlostního přístupu k internetu, a pro budoucí rozvoj sítí 5G. Navýšení rychlostí u mobilních datových služeb tak může být jeden z rozhodujících podnětů dalšího rozvoje Mobilních tarifů s daty.

Na straně poptávky registruje Úřad zvyšující se zastoupení smartphonů a mobilních aplikací (zejména aplikací pro příjem multimediálních služeb, sdílení a zálohování dat), pro jejichž plnohodnotné fungování potřebují uživatelé datové připojení. Zdokonalování užitečných vlastností smartphonů může být klíčové pro stírání rozdílů oproti jiným mobilním koncovým zařízením (především tabletům) a vést k jejich přednostnímu využívání. Pro uživatele je komfortnější širší využití jednoho zařízení než několika zařízení specifických. Toto podporuje i zpráva¹⁴ společnosti Cisco, kde se předpokládá ve výhledu do roku 2020 nárůst smartphonů v celosvětovém měřítku. Na celkovém počtu mobilních koncových zařízení tak smartphony v roce 2016 celosvětově tvořily 38% podíl¹⁵. Studie společnosti Cisco předpokládá, že smartphony budou celosvětově tvořit v roce 2021 cca 43 % trhu mobilních

¹⁴ Cisco VNI Mobile, 2016

¹⁵ U společnosti O2 činil ke konci roku 2016 podíl smartphonů v její síti již 56 %

koncových zařízení. Z hlediska rozvoje mobilních dat pak přisuzuje studii společnosti Cisco smartphonům jednoznačně rozhodující roli. Spotřeba mobilních dat prostřednictvím smartphonů, která činila v roce 2015 81 % celkové spotřeby dat v mobilních sítích, vzroste dle této studie na cca 86 % v roce 2020.

1.2. Mobilní internet

V případě Mobilního internetu se jedná o služby umožňující mobilní přístup k datovým službám nabízené jako přístupy k internetu určené do koncových zařízení typu notebook, tablet, USB modem či jiný druh modemu schopný přijímat signál mobilních sítí.

a) Popis kategorie služeb, hodnocení jejich vlastností

Úřad do této kategorie zařazuje pouze ty přístupy, které jsou nabízeny jako mobilní datové tarify s trvalou možností přístupu k internetu, a to bez přístupu k hlasovým službám. Jedná se obvykle o nabídku samostatných datových tarifů s paušální měsíční cenou. Koncové zařízení je připojeno prostřednictvím datové SIM karty (tablety či notebooky se slotem pro SIM kartu) či modemu využívajícího datovou SIM kartu (USB modem pro notebooky či domácí PC). Tyto služby jsou obdobně jako služby pro Mobilní tarify s daty nabízeny prostřednictvím všech dostupných mobilních sítí (2G/3G/4G) a mají charakter mobilní služby.

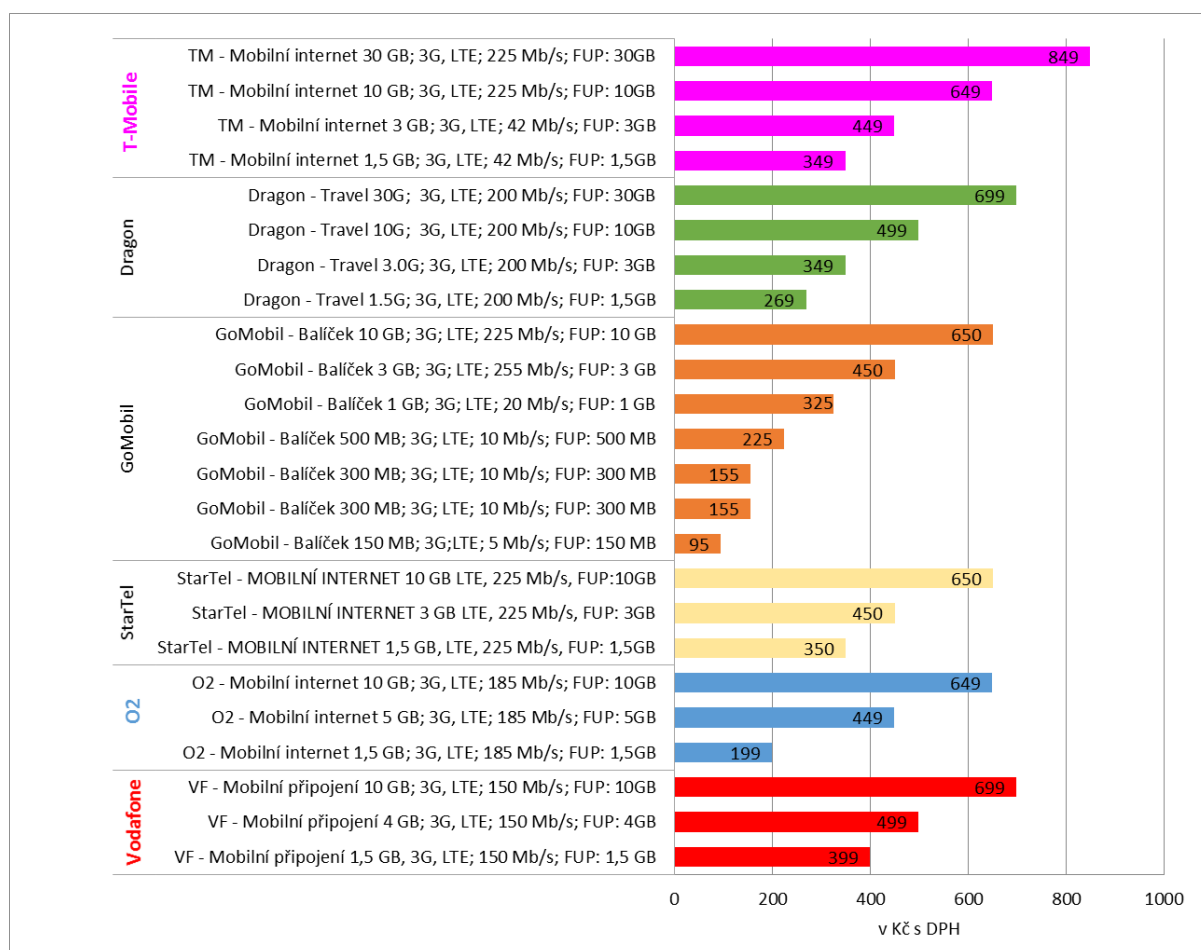
b) Struktura nabídky služeb a jejich ceny

Mobilní internet v současné době nabízejí všichni síťoví mobilní operátoři v ČR (MNO) prostřednictvím 2G, 3G a 4G sítí. Na trhu existují také nabídky MVNO, kteří nabízejí své služby prostřednictvím 2G a 3G, případně 4G sítí. Pokrytí obyvatelstva ČR u 3G sítí k 30. červnu 2017 bylo 82,7 %¹⁶, u LTE sítí 99,8 %. Z pohledu územní dostupnosti je rozdíl mezi 3G a 4G sítěmi ještě markantnější. Pokrytí území ČR u 3G sítí k pololetí roku 2017 bylo pouze 38,1 %¹⁷ a u LTE sítí 96,3 %. Zatímco LTE sítě dosahují téměř celonárodního pokrytí, pokrytí 3G sítí je v ČR značně omezené a postupem času se snižuje. Někteří MVNO nabízejí služby mobilního internetu i prostřednictvím sítí LTE. V současné době velkoobchodně na komerční bázi poskytují mobilní datové služby prostřednictvím LTE sítí všichni síťoví operátoři. Referenční nabídky, které byly na trh uvedeny všemi třemi síťovými operátory, kteří získali kmitočtové přiděly v pásmech 800 MHz, 1 800 MHz a 2 600 MHz (pro LTE sítě) na základě podmínek aukce (vyhlášené v roce 2013) na tyto kmitočty, nejsou v současné době využívány u žádného z nich. Graf č. 5 ukazuje, že u některých nabídek MVNO v síti T-Mobile je omezena maximální přenosová rychlost. Co se týče FUP limitů, nabízejí MVNO podobné nabídky jako MNO.

¹⁶ U společnosti O2 činilo k 30. červnu 2017 pokrytí obyvatelstva ČR sítěmi 3G 79,8 %, u společnosti T-Mobile 79,2 % a u společnosti Vodafone 64,8 %.

¹⁷ U společnosti O2 činilo k 30. červnu 2017 pokrytí území ČR sítěmi 3G 34,3 %, u společnosti T-Mobile 33,8 % a u společnosti Vodafone 14,2 %.

Graf č. 5: Srovnání vybraných nabídek Mobilní internet k 20. 6. 2017



Zdroj: Ceníky vybraných poskytovatelů

Jak Úřad dokumentuje ve výše uvedeném grafu (Graf č. 5) jsou poskytované rychlosti obdobné jako u vybraných Mobilních tarifů s daty: Poskytované přenosové rychlosti jsou u MVNO nižší než u samotných síťových operátorů. Ač někteří MVNO ve svých cenících, či na webových stránkách nabízejí přenosovou rychlost (download) až 200 Mbit/s, dle dostupných informací Úřadu velkoobchodní nabídky síťových operátorů umožňují MVNO poskytovat omezenou přenosovou rychlost v LTE síti, a to v rozmezí 15-40 Mbit/s (download) dle velkoobchodního partnera.

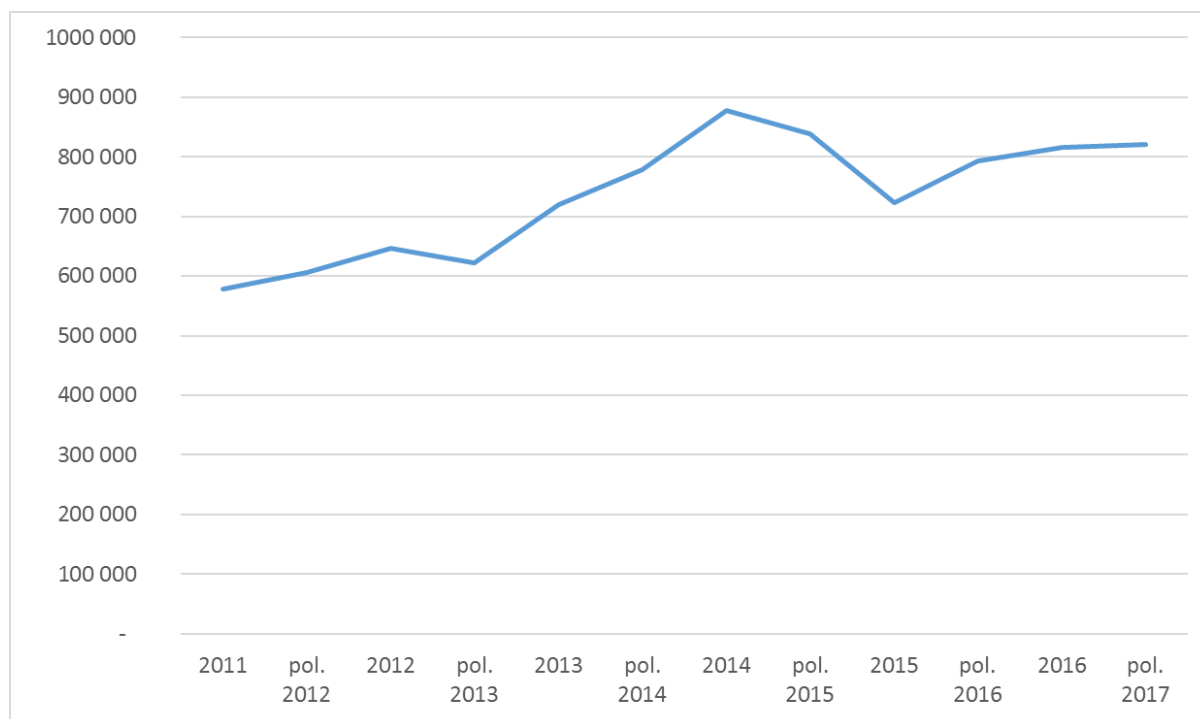
Do srovnání byli zařazeni všichni MNO spolu s vybranými MVNO, kteří služby Mobilního internetu na trhu nabízejí. Cenová nabídka je rovněž odvislá od poskytovaného, zpravidla měsíčního, FUP limitu. U FUP limitu 1,5 GB se cena za tyto služby pohybuje v rozmezí 199–399 Kč, pro FUP limit 10 GB v rozmezí 499–699 Kč u jednotlivých poskytovatelů datových služeb na LTE síti. Co se týče nabídek služeb Mobilního internetu ze strany MVNO, nabízejí tito poskytovatelé srovnatelné FUP limity za obdobné ceny jako MNO. Na základě Úřadu dostupných informací pouze dva z poskytovatelů nabízí v rámci služeb Mobilního internetu na trhu jeden základní tarif s FUP limitem 30 GB (T-Mobile, Dragon). Obecně jsou tedy nabízené tarify Mobilního internetu, co se týče maximálních nabízených FUP datových limitů, nad úroveň Mobilních tarifů s daty (výjimkou je nový tarif Mobil XXL s FUP 60 GB od T-Mobile za cenu 2 499 Kč).

Na základě porovnání nabídek parametrů a cen Mobilních tarifů s daty a Mobilního internetu je možno konstatovat, že parametry služeb, včetně ceny nejsou obdobné, jak dokumentuje výše uvedený Graf č. 3 a Graf č. 5. Mobilní tarify s daty odlišuje od služeb Mobilního internetu možnost využití společného poskytování služeb hlasových, SMS a datových. Jelikož ceny a užitná hodnota mobilních tarifů s daty a mobilního internetu jsou natolik rozdílné, tak je Úřad nepovažuje za srovnatelné (za substitut).

c) **Struktura a vývoj poptávky**

Jak znázorňuje Graf č. 6, ve sledovaném období docházelo na trhu k počátečnímu rozvoji využívání Mobilního internetu. Jejich počet sice tvoří jen zlomek ve srovnání s celkovým počtem SIM karet na mobilním trhu (jak dokazuje Graf č. 1), avšak při porovnání s počty přístupů v pevném místě v rozdělení dle jednotlivých technologií vykazovaly tyto přístupy do roku 2014 nejrychleji rostoucí počet širokopásmových přístupů k internetu i tržní podíl. Od roku 2014 bylo možné pozorovat pokles, který pokračoval i v roce 2015, jak ilustruje Graf č. 6. Jako jednu z hlavních příčin Úřad uvádí možný odchod uživatelů od Mobilního internetu k novým službám jako Mobilní internet na doma (nomádní služby přístupu k internetu prostřednictvím mobilních sítí), anebo přechod k mobilním tarifům s daty. Jen za rok 2015 se zvýšil počet přístupů v rámci mobilního přístupu u mobilních tarifů s daty o 941 tisíc a u služby Mobilního internetu na doma o necelých 72 tisíc, kdežto počet přístupů u služby Mobilního internetu klesl o 158 tisíc. Z dat za rok 2016 je však patrné, že počet uživatelů služeb Mobilního internetu v roce 2016 opět vzrostl o 92 tisíc, a to na 815 tisíc. Za první polovinu roku 2017 pak došlo k dalšímu nárůstu na 821 tisíc SIM karet.

Graf č. 6: Vývoj počtu přístupů Mobilní internet



Zdroj: ČTÚ

Z údajů, které má Úřad k dispozici, vyplývá, že od poloviny roku 2012 dochází jak k mírnému růstu celkového počtu aktivních SIM karet, tak i k růstu počtu SIM karet, které využívají služby Mobilního internetu (viz Graf č. 1, Graf č. 6). Navzdory tomu, že

nedochází k takovému růstu penetrace služeb Mobilního internetu na obyvatele ČR, jako u Mobilních tarifů s daty, došlo od konce roku 2011 do poloviny roku 2017 k nárůstu počtu přístupů (Mobilního internetu) o necelých 44 %. Tento růstový trend dle přesvědčení Úřadu souvisí, obdobně jako je tomu u služeb Internetu v mobilu, s rozvojem disponibility (pokrytí) sítí LTE, které umožňují dosahovat vyšších přenosových rychlostí, než jak tomu je u sítí 2G a 3G.

Tab. č. 2: Přehled penetrace SIM karet a služeb Mobilní internet na obyvatele ČR

	2011	2Q 2012	2012	2Q 2013	2013	2Q 2014	2014	2Q 2015	2015	2Q 2016	2016	2Q 2017
Penetrace SIM karty	128%	126%	132%	129%	131%	131%	132%	132%	133%	135%	135%	136%
Penetrace mobilního internetu	6%	6%	6%	6%	7%	7%	8%	8%	7%	8%	8%	8%

Zdroj: ČTÚ

Služby Mobilní internet jsou určeny především pro koncová zařízení typu tablet notebook či modem pro PC – nejčastěji USB modem. Modemy nabízí ke službě přímo poskytovatelé, a to za zvýhodněnou cenu buďto při závazku k odběru služeb na určité období anebo k odběru dalších služeb tohoto poskytovatele, případně za základní cenu (bez závazku). Ceny modemů se pak pohybují od jedné koruny po několik tisíc korun. Uživatel si může vhodné koncové zařízení zakoupit i sám u specializovaných prodejců. Na trhu jsou nabízeny různé modemy, z nichž nejběžnější jsou přenosné USB modemy, které jsou vhodné k cestování, a které připomínají USB klíčenku (paměťový disk).

V České republice lze na základě dostupných dat (viz Graf č. 6) pozorovat mírný nárůst služeb Mobilního internetu v období 2011 – pol. 2017. Tento pozvolný růst lze očekávat i do budoucna, a to díky rozšíření mobilních zařízení jako notebook či tablet.

d) Závěr

Pokud by byl SSNIP test aplikován pro Mobilní tarify s daty a Mobilní internet, lze předpokládat, že by v případě malého, ale významného a trvalého zvýšení cen k přechodu účastníků z Mobilních tarifů s daty na služby Mobilní internet z důvodu odlišných vlastností služeb nedocházelo. Úřad je přesvědčen, že z výše popsaného lze konstatovat, že datové služby jsou k hlasovým a SMS službám komplement nežli substitut, a v současné době nelze očekávat (i po výsledku aplikace SSNIP testu), že by uživatelé substituovali klasické hlasové a SMS služby společně s datovými službami (tj. Mobilní tarif s daty) Mobilním internetem, tedy pouze datovými službami a případným využitím OTT služeb. Úřad si je vědom, že u mobilních služeb dochází postupně ke změně struktury využívání služeb, k růstu preferencí využívání aplikací v datových sítích, zejména zvyšujícím se využíváním OTT služeb na úkor klasických hlasových a SMS služeb. Avšak v rámci časového vymezení nelze očekávat výraznou migraci uživatelů z Mobilních tarifů s daty na pouze mobilní datové služby.

1.3. Ostatní nabídky

Úřad se dále zabýval i dalšími nabídkami na mobilním trhu a to:

- mobilní internet na doma,
- mobilní služby na CDMA síti.

a) Mobilní internet na doma

Na trhu existuje i tzv. služba mobilní internet na doma, což je ve skutečnosti nomádní, či v současnosti i fixní služba, přístupu k internetu poskytovaná prostřednictvím mobilních sítí. I když tyto služby nabízí uživateli v porovnání se službami Internet v mobilu a Mobilní internet vysokou hodnotu FUP limitu za výhodnou cenu, je uživatel znevýhodněn ve využívání těchto služeb omezením mobility služby (nutnost obvykle napájet modem z elektrické sítě). Úřad je přesvědčen, že převážná většina uživatelů, kteří poptávají mobilní datové služby v rámci služeb Internet v mobilu, jakožto součásti Mobilních tarifů s daty, či Mobilní internet, poptávají tyto služby zejména za účelem možnosti využívat služby přístupu k internetu kdekoli a kdykoli (to znamená i za pohybu). Úřad, proto považuje ztrátu mobility u služeb Mobilní internet na doma za natolik zásadní, že nelze předpokládat, že by při aplikaci SSNIP testu došlo k takovému přechodu účastníků z mobilních služeb přístupu k internetu (Internet v mobilu a Mobilní internet) na službu Mobilního internetu na doma (která má nomádní charakter), který by omezoval poskytovatele služeb Internet v mobilu (a také Mobilního internetu). Z výše uvedeného lze spíše dovozovat, že se bude využívání těchto služeb doplňovat, popř. budou služby pro část uživatelů vhodným substitutem pro služby přístupu k internetu poskytované v pevném místě. To podporuje i obchodní praxe síťových operátorů, kdy mobilní internet na doma je nabízen v případě, kdy tento operátor není schopen nabídnout přístup k síti internet prostřednictvím pevné sítě.

b) Mobilní služby na CDMA síti

Dále jsou na trhu poskytovány služby prostřednictvím sítě CDMA, spadající do třetí generace, společností Nordic Telecom s.r.o. (dříve Air Telecom a.s.) a O2 Czech Republic a.s. Technologie CDMA se v Evropě prosadila pouze okrajově. Maximální přenosová rychlost (download) této technologie s ohledem na dostupné šířky kanálů činí 3,1 Mbit/s. Využití této technologie (v daných kmitočtových pásmech) je však podmíněno používáním specifického HW (terminálu, mobilního telefonu), který nelze použít v jiných mobilních GSM, UMTS nebo LTE sítích. Nemožnost využití široké nabídky mobilních GSM/UMTS/LTE telefonů (či jiných koncových zařízení) pro služby této sítě představuje značnou bariéru přechodu mezi poskytovateli služeb. V současné době již nejsou systémy CDMA2000 podporovány výrobci, což povede k jejich velmi rychlému útlumu. Dalším zásadním omezením je z pohledu koncového uživatele i nemožnost využití služeb v zahraničí (roaming). Počet účastníků služeb v síti CDMA k 30. 6. 2017 dosáhl **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ**, jeho vývoj má ovšem od roku 2009 výrazně klesající trend. Společnost Nordic Telecom s.r.o. provozuje svou síť v kmitočtovém pásmu 410 až 430 MHz. S ohledem na technologickou neutralitu bude možné toto pásmo využít i pro ostatní mobilní technologie - např. LTE. V únoru 2017 společnost Nordic Telecom s.r.o. oznámila záměr svou vysílací síť CDMA přepnout na síť využívající technologii LTE, a tím zvýšit přenosové rychlosti ve své síti. Dokončení tohoto procesu, který v současné době probíhá, je plánováno v prvním čtvrtletí 2018.

Závěr: Úřad vzhledem k výše uvedeným skutečnostem nezahrnul do vymezení maloobchodního trhu poskytování mobilních služeb Internet na doma a služeb prostřednictvím sítě CDMA.

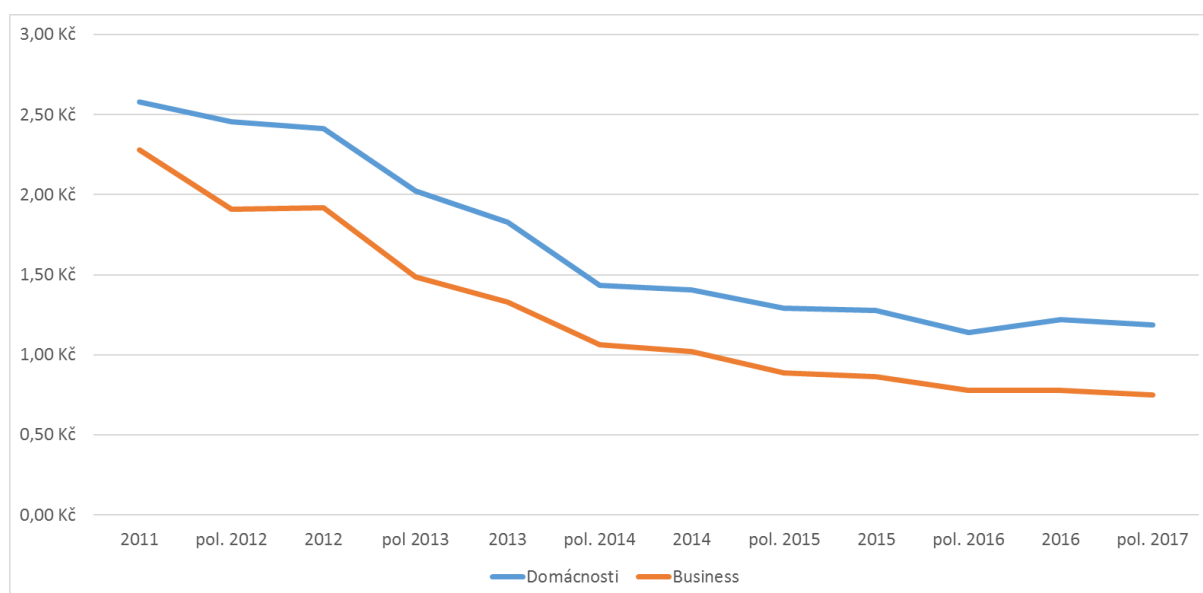
Závěr ke zkoumání zastupitelnosti na maloobchodním trhu: Úřad do věcného vymezení trhu mobilních služeb zahrnul mobilní služby – tedy mobilní hlasové volání, služby SMS a mobilní datové služby, přičemž Úřad rozdělil trh mobilních služeb na dva segmenty: segment A – Mobilní tarify s daty a segment B – Mobilní internet.

1.4. Posouzení zákaznické segmentace

Úřad se zabýval i posouzením potřeby segmentovat trh podle typu zákazníka. Pro toto posouzení jsou nezbytná data o provozu i tržbách za jednotlivé služby nabízené v mobilních tarifech (hlas, SMS a data) i za služby Mobilního internetu pro oba typy zákazníků – rezidentní zákazník a firemní zákazník¹⁸. Údaje v této detailní struktuře nejsou součástí pravidelného elektronického sběru dat a Úřad si proto data v potřebné struktuře vyžádal ad hoc od tří mobilních síťových operátorů.

Z elektronického sběru dat bylo možné čerpat informace o počtu SIM pro tyto dva typy zákazníků a informace pro posouzení průměrné ceny/výnosu za minutu (tržby / počet minut).

Graf č. 7: Vývoj průměrné minutové ceny bez DPH



Zdroj: ČTÚ

Průměrná minutová cena firemního zákazníka dosahovala za srovnávané období vždy nižší hodnoty než cena pro rezidentního zákazníka a k pol. roku 2017 tento rozdíl představoval 0,44 Kč/min. Průměrná cena za minutu pro firemního zákazníka tak byla nižší oproti rezidentnímu o 37 %.

Na základě ad hoc vyžádaných informací od síťových operátorů Úřad porovnal ARPU a odpovídající průměrný provoz na jednotlivé typy zákazníků. Z následujících tabulek je zřejmé, že lze napříč trhem konstatovat, že ARPU je zpravidla odlišné pro jednotlivé typy zákazníků. Na jedné straně stojí operátor 1 a operátor 2, kteří vykazali vyšší ARPU pro rezidentního zákazníka (domácnosti) oproti firemnímu zákazníkovi, a na straně druhé stojí operátor 3, který vykázal rovněž rozdílné ARPU pro tyto dva typy zákazníků, ovšem vyšší

¹⁸ Firemními zákazníky jsou myšleni zákazníci, kteří uzavírají smlouvu zpravidla na IČO (identifikační číslo osoby), tj. podnikající fyzické osoby, právnická osoba a subjekty veřejné správy.

ARPU vykázal u firemního zákazníka ve srovnání s rezidentním. Z uvedeného porovnání lze dále pozorovat, že průměrná spotřeba jednotlivých služeb mezi uvedenými typy zákazníků je odlišná – rezidentní zákazník využívá více hlasové a SMS služby, naopak firemní zákazník více používá mobilní datové služby. Nicméně tyto rozdíly jsou u jednotlivých operátorů různé.

Tato situace, kdy všichni tři síťoví operátoři vykazují odlišné ARPU pro rezidentní a firemní zákazníky při odlišných spotřebách, může svědčit pro zákaznickou segmentaci. V agregovaném hodnocení vidíme, že u rezidentních zákazníků při menší průměrné spotřebě hlasových a datových služeb je dosahováno vyššího ARPU než u firemních zákazníků, kteří dosahují vyšší průměrné spotřeby služeb, avšak nižšího ARPU. Firemní zákazníci tak mohou dosahovat nižších jednotkových cen¹⁹ za jednotlivé dílčí služby mobilních tarifů, jak ukazuje Tab. č. 3.

Na základě výše uvedeného, tedy identifikovaných cenových rozdílů (cenové diskriminace) mezi různými skupinami zákazníků, je segment A vhodné dále rozdělit na segment rezidentních zákazníků a segment podnikajících osob.

Tab. č. 3: Průměrná měsíční spotřeba a ARPU pro jednotlivé typy zákazníků u mobilních tarifů s daty za rok 2016

Domácnosti	Operátor 1	Operátor 2	Operátor 3	Celkem	Jednotkové ceny bez DPH
SIM karty	723 938	1 815 876	966 784	3 506 598	
ARPU v Kč	208	396	376	351	
Průměrný počet minut	377	192	215	236	1,49
Průměrný počet SMS	161	91	101	108	3,25
Průměrná spotřeba dat (v MB)	711	336	627	493	0,71

Podnikající osoby	Operátor 1	Operátor 2	Operátor 3	Celkem	Jednotkové ceny bez DPH
SIM karty	791 636	1 023 421	613 517	2 428 574	
ARPU v Kč	138	196	422	234	
Průměrný počet minut	314	163	297	246	0,95
Průměrný počet SMS	90	54	96	76	3,07
Průměrná spotřeba dat (v MB)	760	589	764	689	0,34

Zdroj: ČTÚ

Obdobná situace panuje i u služby Mobilní internet, kde rovněž nelze jednoznačně konstatovat výrazně rozdíly. ARPU je u všech tří síťových operátorů srovnatelné napříč segmenty. Co se týče průměrné spotřeby dat u jednotlivých typů zákazníků (domácnosti a podnikající osoby), si lze všimnout rozdílu, kdy podnikající osoby spotřebovávají o cca 30 % více dat než domácnosti. Při srovnání jednotkových cen pro různé zákaznické segmenty je však patrné, že domácnosti platí výrazně vyšší cenu (0,16 Kč/MB) než firemní zákazníci (0,11 Kč/MB), což je o 45 % více. Tento výrazný cenový rozdíl je dle Úřadu výrazem odlišných konkurenčních podmínek panujících ve vztahu k tomuto typu zákazníků a odůvodňuje vytvoření separátního segmentu pro rezidentní zákazníky na jedné straně a separátního segmentu pro firemní zákazníky na straně druhé.

¹⁹ Úřad si je vědom, že se nejedná o skutečné průměrné jednotkové ceny pro potenciální segmenty zákazníků, protože hodnoty uvedené v posledním sloupci tabulky č. 3 jsou podílem celkového ARPU a průměrného počtu spotřebovaných jednotek samostatně pro hlasové volání, SMS a data. Ve skutečnosti jsou tedy jednotkové ceny pro každý z potenciálních segmentů nižší, protože ARPU je generováno všemi třemi službami, resp. mělo by být na tyto tři služby alokováno při výpočtu jednotkových cen. Pro účely znázornění cenových rozdílů mezi potenciálními segmenty je však tento výpočet využitelný.

Výše učiněný závěr pak podporuje i praxe organizování výběrových řízení na mobilní služby ze strany firemních zákazníků či státní správy, jejichž výsledkem mohou být ceny až na hranici variabilních nákladů síťového operátora (či je mírně převyšující), které jsou v síťovém odvětví, jakým je sektor elektronických komunikací, velmi nízké. Za tyto ceny však nemohou být služby systematicky (tj. plošně) poskytovány ani na velkoobchodním, ani na maloobchodním trhu, neboť v opačném případě by činnost MNO generovala ztrátu (nezajišťovala by pokrytí fixních nákladů) a vedla k odchodu takového operátora z trhu. Neznamená to však, že jednotkové ceny (mírně) nad úroveň průměrných variabilních nákladů na jednom segmentu (firemním) nutně vedly k cenám excesivním na segmentu druhém (rezidentním), neboť i nízké ceny nabízené zákazníkům na sektoru s předpokládanou vyšší úrovní konkurence umožňují konkrétnímu operátorovi pokrýt i část fixních nákladů, a tím přispívají k snížení zatížení cen rezidentních zákazníků fixními náklady²⁰. Jinými slovy bez existence zákazníků z tohoto firemního segmentu u konkrétního MNO budou jeho jednotkové náklady (a tím pravděpodobně i ceny) pro segment rezidentních zákazníků vyšší než u konkurenčního MNO, nabízejícího i služby pro firemní segment s výrazně nižšími cenami než pro segment rezidentní. Samotný rozdíl cen mezi jednotlivými segmenty tedy značí toliko to, že na obou segmentech je rozdílná úroveň konkurence, aniž bychom mohli automaticky učinit i závěr o excesivních cenách na segmentu s nižší úrovní konkurence (ceny na tomto segmentu sice skutečně mohou být excesivní, ale z pouhého rozdílu cen na dvou segmentech toto dovodit nelze).

Tab. č. 4: Průměrná měsíční spotřeba a ARPU pro jednotlivé typy zákazníků u služby Mobilní internet za rok 2016

Domácnosti	Operátor 1	Operátor 2	Operátor 3	Celkem	Jednotkové ceny bez DPH
SIM karty	143 547	225 865	52 597	422 009	
Objem dat (v GB)	1 818 930	2 598 717	1 767 490	6 185 137	
Tržby (v tis. Kč)	327 951	530 979	135 421	994 351	
ARPU v Kč	190	196	215	196	0,16
Průměrná spotřeba dat (v MB)	1 056	959	2 800	1 221	

Podnikající osoby	Operátor 1	Operátor 2	Operátor 3	Celkem	Jednotkové ceny bez DPH
SIM karty	172 147	160 109	49 102	381 358	
Objem dat (v GB)	3 885 449	3 018 049	2 080 908	8 984 406	
Tržby (v tis. Kč)	412 992	448 669	113 942	975 603	
ARPU v Kč	200	234	193	213	0,11
Průměrná spotřeba dat (v MB)	1 881	1 571	3 532	1 963	

Zdroj: ČTÚ

Závěr vymezení maloobchodního trhu

Úřad do věcného vymezení trhu mobilních služeb zahrnul mobilní služby – tedy mobilní hlasové volání, služby SMS a mobilní datové služby, přičemž Úřad rozdělil trh mobilních služeb na dva segmenty: segment A – Mobilní tarify s daty a segment B – Mobilní internet. Dalším posouzením situace na současném trhu, konkrétně cenového hodnocení,

²⁰ Např. předpokládáme existenci dvou MNO (1 a 2) s následujícími tržními podíly v segmentech firemních a rezidentních zákazníků: MNO 1 má 50 % rezidentního segmentu a 0 % firemního segmentu, MNO 2 má 50 % rezidentního segmentu a 100 % firemního segmentu. V této situaci může MNO 2 udržovat nižší ceny pro rezidentní segment, než operátor MNO 1, i pokud bude mít současně výrazně nižší ceny pro firemní segment (na úrovni jen mírně převyšující průměrné variabilní náklady). Důvodem je skutečnost, že firemní zákazníci MNO 2 se podílejí částečně na úhradě fixních nákladů, a tím umožňují snížit ceny i pro rezidentní segment. MNO 1 je naopak nucen rozprostřít veškeré fixní náklady do cen rezidentních zákazníků. Racionální strategií MNO 1 by pak mohla být snaha „přetáhnout“ nízkými cenami firemní zákazníky od MNO 2, čímž by mohl snížit i ceny pro rezidentní zákazníky.

Úřad dospěl k závěru, že segment A je členěn na dvě skupiny podle typu zákazníků, a to A1 – rezidentní zákazníci (též označován jako „domácnosti“) a A2 – podnikající osoby, resp. firemní zákazníci. Na základě obdobného hodnocení segmentu B dospěl Úřad k stejnému členění na dvě skupiny zákazníků podobně jako u segmentu A, a to B1 – rezidentní zákazníci a B2 – podnikající osoby, resp. firemní zákazníci. Samotná analýza situace, resp. konkurence na maloobchodním trhu je součástí vyhodnocení samotného testu tří kritérií.

2. Vymezení velkoobchodního trhu

Na základě vymezení maloobchodního trhu mobilních služeb Úřad do vymezení velkoobchodního trhu mobilních služeb zahrnuje mobilní hlasové volání, služby SMS a mobilní datové služby. Úřad do vymezení velkoobchodního trhu zahrnul pouze nabídky služeb, které jsou předmětem vymezení maloobchodního trhu mobilních služeb, tedy nabídky na segmentu A – Mobilní tarify s daty a na segmentu B – Mobilní internet, a které jsou poskytovány na základě uzavřených velkoobchodních smluv (s MNO či MVNE) či samotnými MNO formou samozásobení. Velkoobchodní trh je definován jako jeden velkoobchodní trh přístupu ke všem mobilním službám, které bývají nabízeny pod jednou velkoobchodní smlouvou. Velkoobchodní trh by měl umožnit MVNE/MVNO nakoupit mobilní služby a následně MVNO umožnit je prodávat na navazujícím maloobchodním trhu. Tento trh zahrnuje jak služby pro plnohodnotné (Full) MVNE/MVNO, tak pro ostatní úrovně MVNE/MVNO.

Na vymezeném velkoobchodním trhu působí na straně nabídky jak mobilní síťoví operátoři (MNO), tak MVNE. Tito poskytovatelé velkoobchodních služeb (MNO a MVNE) poskytují služby na vymezeném trhu mobilních služeb na základě smluv, které lze označit jako velkoobchodní smlouvy o přístupu²¹, popř. jiné velkoobchodní smlouvy mezi podnikateli v elektronických komunikacích, které upravují poskytování služeb. Na základě komerčně ujednaných smluv jsou MVNO obvykle schopni nabízet služby na obou segmentech maloobchodního trhu bez rozlišení typu velkoobchodní datové služby podle jejího určení na jeden ze dvou vymezených maloobchodních segmentů. Z tohoto důvodu Úřad nesegmentuje velkoobchodní trh tak, jak segmentoval trh maloobchodní.

Závěr vymezení velkoobchodního trhu

Úřad do vymezení velkoobchodního trhu přístupu k mobilním službám zahrnul pouze nabídky služeb, které jsou předmětem vymezení maloobchodního trhu mobilních služeb, tedy nabídky na segmentech A a B, a které jsou poskytovány na základě uzavřených velkoobchodních smluv (s MNO či MVNE) či samotnými MNO formou samozásobení.

3. Územní vymezení

Poskytovatelé mobilních služeb neomezují svoji nabídku na vybrané regiony, ale nabízejí služby plošně na území celé České republiky. Mobilní služby jsou uživateli také konzumovány napříč celým územím České republiky, a nikoliv lokálně. Dle dostupných údajů jsou jednotlivé mobilní služby podnikateli poskytovány za stejných cenových podmínek v rámci celé České republiky. Soutěžní podmínky na vymezeném trhu tak lze považovat na celém území České republiky za dostatečně homogenní, i vzhledem k základní vlastnosti

²¹ Podle § 80 Zákona.

zkoumaných služeb – tj. mobilitě, která není nikterak územně omezená a lze ji jednotlivými zákazníky využívat na celém území ČR za nezměněných podmínek.

Územním vymezením velkoobchodního trhu mobilních služeb je území celé České republiky.

4. Časové vymezení

S ohledem na charakter vymezeného trhu se nepředpokládá významná změna v jeho vývoji, proto je časový rámec pro vymezení a analýzu trhu stanoven obdobím tří let. Současně bude Úřad průběžně monitorovat vývoj na tomto trhu, a pokud by došlo k zásadní změně směřování vývoje trhu v neprospěch hospodářské soutěže, je Úřad oprávněn k provedení analýzy v dřívějším období.

5. Test tří kritérií

Úřad provedl posouzení níže uvedených tří kritérií pro vymezený trh – trh mobilních služeb s cílem prověřit, zda se jedná o relevantní trh, a zda tedy lze v národních podmínkách České republiky oprávněně uplatnit, v souladu s § 51 zákona č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o elektronických komunikacích), ve znění pozdějších předpisů (dále jen „Zákon“), regulaci ex ante.

Komise v Doporučení o relevantních trzích uvádí nutnost použít pro identifikaci relevantního trhu, který není uveden v Doporučení test tří kritérií. To znamená, že pouze trh, na kterém Úřad prokáže, že jsou kumulativně splněna tři kritéria, lze považovat za relevantní a vhodný pro uložení ex-ante regulace, pokud se na něm následně prokáže existence SMP. Je proto potřeba prokázat naplnění následujících kritérií:

- a. existence značných, a nikoliv dočasných strukturálních, právních nebo regulačních překážek vstupu,
- b. struktura trhu, který v daném časovém horizontu nesměruje k účinné hospodářské soutěži, a to s ohledem na stav hospodářské soutěže založené na infrastruktuře a jiné hospodářské soutěže, které vyvolávají překážky vstupu,
- c. samo právo hospodářské soutěže není schopno dostatečně reagovat na uvedené selhání trhu.

V případě, že není prokázáno splnění jednoho nebo více kritérií, nelze trh označit z pohledu regulace ex ante za relevantní a uplatnit na něm regulaci podle § 51 Zákona. Při hodnocení Úřad vycházel zejména z Metodiky analýz relevantních trhů²², opatření obecné povahy č. OOP/1/04.2015-2, Doporučení a podkladů ERG²³.

²² Dostupné na [stránkách Úřadu](#).

²³ ERG Report on Guidance on the application of the three criteria test, str. 10

5.1. Kritérium č. 1 – Existence značných, a nikoliv dočasných strukturálních, právních nebo regulačních překážek vstupu

V rámci tohoto kritéria jsou jako významné hodnoceny zejména tři druhy překážek vstupu:

- strukturální překážky,
- právní nebo regulační překážky,
- jiné překážky.

Strukturální překážky vstupu vyplývají z velikosti vstupních nákladů nebo povahy poptávky, které vytvářejí asymetrické podmínky mezi současnými a novými soutěžiteli a brání novým soutěžitelům ve vstupu na trh nebo jim ho ztěžují. Za strukturální překážku je například považována situace, kdy je trh charakterizován podstatnými úsporami z rozsahu či sortimentu, kapacitními omezeními a vysokými počátečními investičními náklady. Související strukturální překážky mohou také existovat tam, kde poskytování služby vyžaduje část sítě, kterou nelze technicky replikovat nebo ji lze replikovat pouze za cenu nevýhodnou pro soutěžitele.

Právní nebo regulační překážky vyplývají z legislativních, administrativních nebo jiných opatření, která mají vliv na podmínky vstupu a/nebo postavení poskytovatelů mobilních služeb na relevantním trhu. Právní nebo regulační překážky, které budou s velkou mírou pravděpodobnosti odstraněny ve lhůtě časového vymezení trhu, nejsou považovány za překážku vstupu na trh ve smyslu splnění tohoto kritéria. Příkladem regulační překážky je stanovení konečného počtu podnikatelů, kteří mají přístup ke kmitočtovému spektru. Může jím být i regulace cen nebo jiná cenová opatření, které negativně ovlivňují ziskovost při poskytování služeb na souvisejících trzích a tím i motivaci podniků ke vstupu na posuzovaný trh.

Mezi jiné překážky Úřad zařadil podmínky v uzavřených komerčních dohodách mezi MNO a MVNO, které by – v případě jejich diskriminačního nastavení, mohly omezovat rozvoj a působení MVNO na maloobchodním trhu. Jelikož toto kritérium se týká překážek vstupu na mobilní trh jako celek, Úřad vyhodnocoval jednotlivá subkritéria za všechny segmenty souhrnně.

5.1.1. Strukturální překážky

Úřad pro hodnocení strukturálních překážek vstupu na trh hodnotil, v souladu s dokumentem ERG²⁴, následující kritéria:

- kontrola infrastruktury nesnadno duplikovatelné,
- vysoké počáteční investiční náklady,
- úspory z rozsahu a úspory ze sortimentu.

²⁴ ERG Report on Guidance on the application of the three criteria test.

Kontrola infrastruktury nesnadno duplikovatelné

Poskytovat mobilní služby na velkoobchodním trhu mohou jak operátoři, kteří vlastní fyzickou infrastrukturu nebo jinak disponují fyzickou infrastrukturou (mobilní sítě takového rozsahu, aby bylo možné nabídnout odpovídající úroveň služeb v rámci celé České republiky), tak virtuální operátoři v roli MVNE, kteří usnadňují vstup i fungování MVNO na maloobchodním trhu. K pol. 2017 působilo na velkoobchodním trhu 14 MVNE. Model MVNE je vhodný zejména pro poskytování služeb subjektům s malým potenciálním počtem účastníků, kterým dokáže mnohdy nabídnout lepší podmínky, než jaké by jednotlivě (vzhledem ke své očekávané velikosti) získali u MNO. Jelikož tyto služby musí MVNE nejdříve nakoupit od MNO (nebo jiného MNE²⁵), jsou při poskytování služeb do značné míry závislé na podmínkách sjednaných pro nákup služeb od MNO, a jejich vliv na rozvoj plnohodnotné soutěže na relevantním trhu je tak omezený. Toto potvrzují i tržní podíly MVNE na velkoobchodním trhu. I tak ale mohou ovlivňovat podmínky na velkoobchodním trhu a usnadňovat vstup MVNO na maloobchodní trh. Od poloviny roku 2013 docházelo ke vstupu prvních MVNO na maloobchodní trh. Celkový počet MVNO od roku 2013 vzrostl a v polovině roku 2017 aktivně poskytovalo mobilní služby formou MVNO na segmentu A 115 podnikatelů a na segmentu B 27 podnikatelů. Komerční nabídky pro MVNO na velkoobchodním trhu vytvářejí a stále aktualizují všichni tři síťoví operátoři (MNO). V současnosti na trhu působí také 3 MVNO, kteří jsou majetkově propojení s MNO. Jedná se o společnosti O2 Family, s.r.o. (100 % vlastněna společností O2), Tesco Mobile ČR s.r.o. (z 50 % vlastněna společností O2) a COOP Mobil s.r.o. (z 1/3 vlastněna společností Vodafone).

Společnost O2 Family, s.r.o. (dále také jen „O2 Family“) působí jako MVNO ve specifické roli, neboť jak sama deklaruje²⁶, poskytuje své služby zejména skupinám se zaměstnaneckými programy a vybraným uzavřeným komunitním skupinám²⁷ – jedná se např. o rodinné příslušníky firemních zákazníků O2. V této souvislosti Úřad posuzoval, zda lze nabídku společnosti O2 Family chápat jako veřejně dostupnou službu v souladu se Zákonem o elektronických komunikacích (dále také jen „ZEK“). Ve smyslu ustanovení § 2 písm. o) ZEK je veřejně dostupná služba elektronických komunikací definována jako služba elektronických komunikací, z jejíhož využívání není nikdo předem vyloučen. Pojem veřejná dostupnost, resp. skutečnost, že z využívání této služby není nikdo předem vyloučen, je nutno vykládat tak, že služba jako taková je nabízena za stanovených podmínek nediskriminačně všem zájemcům splňujícím tyto podmínky. Jednou z podmínek může přitom být i skutečnost, že se jedná o službu určenou a nabízenou předem obecně vymezenému okruhu zájemců. Termínu veřejně dostupná služba je nutno rozumět v obecném smyslu, tedy že jde o službu, která je nabízena všem členům veřejnosti, kteří splní předem stanovené podmínky, nediskriminačně na stejném základě. I když je tedy služba určena pouze obecně vymezenému okruhu zájemců, a je-li potom dostupná všem takovým subjektům, jedná se o službu veřejnou. O2 Family nabízí v současné době vedle těchto specificky zaměřených nabídek rovněž volně dostupné služby virtuálního mobilního operátora, určené široké veřejnosti. Z hlediska efektů majetkového propojení se společností O2 lze sledovat, že toto se projevuje i v nabídce služeb, kdy O2 Family např. nabízí svým zákazníkům produkt *Digitální televize O2 TV* společnosti O2, dále

²⁵ Mobile Network Enabler – obdoba MNO, ale bez vlastních smluv s účastníky, působí pouze na velkoobchodní úrovni. V současné době (únor 2018) nepůsobí na trhu žádný subjekt v pozici MNE.

²⁶ Viz [Všeobecné podmínky pro poskytování služeb elektronických komunikací společnosti O2 Family, s.r.o.](#), str. 1

²⁷ Dle ceníku operátora je možnost zadání těchto služeb až po zadání unikátního kódu, sděleného ze strany O2 Family.

také výhody slevového Programu O2 Extra výhody²⁸ a v neposlední řadě i vybraný zákaznický servis poskytovaný přímo v prodejnách společnosti O2²⁹.

Součástí infrastruktury nesnadno duplikovatelné přitom není jen samotná infrastruktura mobilní sítě (např. stožáry či antény), ale i frekvence nutné k provozování mobilní sítě a poskytování služeb. Obecně platí, že frekvence, potřebné k poskytování mobilních služeb, jsou omezeným zdrojem, a proto nedostatek volných frekvencí představuje omezení pro vstup nových subjektů na trh, a to i s ohledem na potřebu vynaložení významných investic na jejich pořízení v rámci výběrových řízení či aukcí spektra.

Stávající síťoví operátoři využívají pro síť 2G radiové kmitočty v pásmech 900 MHz a 1800 MHz, a pro síť 3G kmitočty v pásmu 2 100 MHz. Již v letech 2012 – 2013, začali stávající síťoví operátoři v České republice v rámci pilotního provozu v omezené míře (lokálně) využívat pásmo 1 800 MHz i pro LTE síť, a v roce 2015 zahájil jeden ze síťových operátorů využití pásma 900 MHz pro datové služby na bázi LTE technologie (s omezeným přenosovým kanálem 3,5 MHz).

V roce 2013 proběhlo výběrové řízení za účelem udělení práv k využívání rádiových kmitočtů k zajištění veřejné komunikační sítě v pásmech 800 MHz, 1 800 MHz a 2 600 MHz. Smyslem výběrového řízení bylo umožnit zájemcům získat kmitočtové přiděly pro mobilní síť nové generace, s možností poskytovat služby vysokorychlostního mobilního internetu, a rovněž i vytvořit podmínky pro případný vstup nového subjektu na maloobchodní trh mobilních služeb. Využití kmitočtů pouze z pásma 1800 MHz pro celoplošné pokrytí je sice technicky proveditelné, avšak z hlediska konkurenceschopnosti není bez dalšího ekonomicky rentabilní. Úřad proto v rámci aukce zvýhodnil vstup na trh pro nového, čtvrtého síťového operátora, jednak vyčleněním specifického přidělu kmitočtů pouze pro nově vstupujícího (v pásmech 800 MHz a 1 800 MHz) a rovněž uložení povinnosti stávajícím soutěžitelům poskytnout národní roaming ve svých 2G, 3G (4G) sítích. Právě národní roaming měl umožnit překlenout (maximálně po dobu 8 let) nově vstupujícímu subjektu na trh nedostatek v pokrytí obyvatelstva vlastním signálem do doby vybudování celoplošné sítě.

I přes nastavení zvýhodněných podmínek pro vstup nového (čtvrtého) operátora, nebyla tato možnost v aukci ukončené počátkem roku 2014 využita, a nový operátor na trh nevstoupil. Volné kmitočty v pásmu 800 MHz získali stávající mobilní operátoři. Vyhrazený úsek kmitočtového pásma 1 800 MHz však nebyl přidělen, stejně jako část kmitočtů v pásmu 2600 MHz.

Proto v roce 2016 provedl Úřad výběrové řízení za účelem udělení práv k využívání zbylých volných rádiových kmitočtů z předchozí aukce k zajištění veřejné komunikační sítě v pásmech 1 800 MHz a 2 600 MHz. Výběrového řízení se žádný z potenciálních nově vstupujících hráčů na trh nezúčastnil a [dle výsledků aukce](#) nové kmitočty byly získány stávajícími síťovými operátory (O2, T-Mobile a Vodafone).

V návaznosti na proběhlé aukce z roku 2013 a 2016 Úřad mimo jiné stanovil síťovým mobilním operátorům povinnost zveřejnit povinné referenční nabídky přístupu (pro Full MVNO). Tyto velkoobchodní nabídky by měly umožnit vstup Full MVNO na maloobchodní trh mobilních služeb (vč. služeb v LTE sítích). Protože schopnost ziskově replikovat ceny

²⁸ <https://www.o2extravyhody.cz/>

²⁹ Jedná se o např. o výměnu SIM kary, výběr nového mobilního telefonu, aktivaci datových služeb, pojištění mobilního telefonu.

je ovlivněna měnícími se provozními parametry poskytovaných maloobchodních služeb (množství spotřebovaných mobilních služeb – hlasu, SMS a dat), jejich cenami a náklady na poskytování daných služeb, Úřad kontroluje plnění závazku síťových operátorů průběžně a v případě zjištěného pochybení na straně operátorů vymáhá³⁰ plnění závazku. Nastavením těchto podmínek byly teoreticky odstraněny bariéry pro vstup na trh „nesíťovým“ operátorům, nicméně v praxi někteří síťoví operátoři tuto povinnost neplní dostatečně, zejména z pohledu nastavené výše velkoobchodní ceny za 1 MB v síti LTE. Tato skutečnost je omezující pro zájemce o vstup na trh. Jako omezující pro některé subjekty lze vnímat i nastavenou strukturu cen v povinných referenčních nabídkách, které kromě jednotkových cen za MB či měsíčních cen za SIM kartu obsahují i jednorázové ceny (pro podpis smlouvy), jejichž výše se v červenci 2017 pohybovala od 24,8 mil. Kč do 33 mil. Kč bez DPH. Je však třeba zároveň uvést, že již v současné době působí na trhu řada MVNO se silným kapitálovým zázemím³¹, pro které by tato vstupní bariéra byla překonatelná, a kteří by tak mohli na trh v podobě plnohodnotných MVNO vstoupit. Ostatně v síťovém odvětví, jakým je i sektor elektronických komunikací, jsou vstupní investice³² přirozenou součástí působení na trhu u všech subjektů, které mají zájem na poskytování služeb prostřednictvím vlastní sítě. Jednorázové ceny v povinných referenčních nabídkách, v jejich aktuální podobě³³, tedy dle Úřadu představují pro některé subjekty bariéru vstupu na vymezený trh, nikoliv však bariéru nepřekonatelnou, a tedy značnou ve smyslu prvního kritéria posuzovaného třikriteriálního testu.

I když je povinnost zveřejnění velkoobchodní nabídky definována s podmínkami pro plnohodnotného (Full) MVNO, platí současně také povinnost síťových operátorů jednat s každým zájemcem – tedy i v podobě jiné formy MVNO než plnohodnotného MVNO – o jeho požadavku na přístup.

V souvislosti se sítěmi LTE je třeba zmínit, že již u všech MNO došlo k dohodě s MVNE/MVNO o poskytování mobilních služeb přes tento typ sítě, a to mimo režim povinné referenční nabídky. Na maloobchodním trhu tak působí řada MVNO, kteří nabízejí své služby i přes LTE síť. Tyto služby (poskytované přes LTE síť) jsou kvalitnější typicky jak co do rychlosti stahovaných (či odesílaných) dat, tak co do dostupnosti (pokrytí). Dále Úřad konstatuje, že od roku 2013 jsou využívány pro vstup na maloobchodní trh mobilních služeb velkoobchodní (komerční) nabídky všech tří síťových mobilních operátorů pro MVNO či na velkoobchodní trh ve formě MVNE. Úřad ovšem poukazuje na skutečnost, že poskytovaná přenosová rychlost v sítích LTE je na velkoobchodním trhu pro MVNO ze strany síťových mobilních operátorů, podle jejich vyjádření, z technických důvodů (především z hlediska

³⁰ Mezi zářím 2014, kdy byly poprvé zveřejněny povinné referenční nabídky k sítím LTE všemi třemi MNO, a červencem 2017 provedl Úřad tři kola vyhodnocování plnění závazků, po nichž vždy následovaly výzvy podle § 114 Zákona k úpravě (snížení) cen. K výraznému snižování cen za 1 MB dat přitom docházelo jednak v závislosti na vývoji jednotkových nákladů MNO (jejich poklesu), průměrných cen maloobchodních služeb, a především vývoji průměrné datové spotřeby u jednotlivých maloobchodních služeb (jejím růstu). Dva ze tří MNO (společnosti O2 a Vodafone) přitom postup Úřadu zpochybňovali a výzvy podle § 114 Zákona napadali jak správními rozklady, tak následně i žalobami, případně kasačními stížnostmi u Nejvyššího správního soudu. Společnost Vodafone pak kromě procesního postupu Úřadu napadala i samotný závazek, který přijala, tj. povinnost stanovit velkoobchodní cenu tak, aby umožnila stejně efektivním operátorům ziskové podnikání na podfazeném trhu nebo trzích, neboť takto koncipovanou povinnost považovala za vhodné uplatnit jen na podnik SMP po analýze relevantního trhu. Všechna soudní rozhodnutí, týkající se jak správnosti procesního postupu Úřadu, tak samotných výzev podle § 114 Zákona následně potvrdila, že Úřad postupoval správně (rozsudek Městského soudu v Praze ze dne 29. července 2016, čj. 5A 64/2016 – 32 a rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 9. listopadu 2016, čj. 9 As 218/2016 – 63).

³¹ Např. MVNO ČEZ Prodej, s.r.o., Tesco Mobile ČR s.r.o., Moraviatel a.s., SAZKA a.s. nebo další subjekty působící na maloobchodním trhu pod obchodními značkami PRE mobil či RWE mobil.

³² Pro srovnání jen do nákupu oprávnění k využívání rádiových frekvencí v aukci konané na přelomu let 2013 a 2014 investovali MNO v průměru 2,8 mld. Kč, tzn. maximální výše jednorázové ceny v povinných referenčních nabídkách přístupu k síti LTE pro subjekty typu Full MVNO představuje cca 1,16 %. Průměrné roční investice na jednoho MNO pak převyšují 2 mld. Kč.

³³ Tj. k červenci 2017.

možnosti garance poskytované velkoobchodní služby) omezena. Dle velkoobchodního poskytovatele se pohybuje v rozmezí 15-40 Mbit/s (download). Konkrétně se jedná o rychlost

OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ

Nabídka ze strany jednotlivých MNO je vůči všem MVNO z hlediska nabízené maximální rychlosti vždy totožná. Rozdílná rychlost pro koncového uživatele je tak ovlivněna skutečností, v jaké síti daný MVNO působí. Síťoví operátoři v rámci svých maloobchodních nabídek (mobilních služeb) přenosovou rychlost v LTE síti ve většině případů neomezuji³⁴. Tato skutečnost tak může i vzhledem k běžně dosahovaným rychlostem v LTE sítích³⁵ teoreticky ztěžovat vstup na trh novým subjektům ve formě MVNO či MVNE, případně bránit rozvoji subjektů již na trhu působících a působit tak jako překážka vstupu. Toto by platilo v případě, kdyby uživatelé běžně považovali rozdíl v rychlostech dosahovaných na LTE sítích u MNO a MVNO za zásadní kritérium při výběru maloobchodní nabídky, resp. operátora, a kdy by tak mohli být nižší rychlostí odrazováni od využívání služeb MVNO. K tomu by pak pravděpodobně docházelo v situaci, kdy by uživatelé na trhu nemohli s nižší rychlostí služeb u MVNO uspokojovat některou ze svých potřeb (ve formě využívání nejrůznějších aplikací) a z tohoto důvodu by tak nabídky MNO a MVNO nevnímali z technického hlediska jako plnohodnotné substituty. S ohledem na v současnosti běžné způsoby využívání mobilního datového připojení (prohlížení webových stránek, sledování on-line videa, hraní on-line her), není aktuálně podle názoru Úřadu subjektivní vnímání kvalitativních rozdílů v rychlostech (mezi službami MNO a MVNO) zásadní³⁶, když se jako mnohem důležitější parametry pro výběr mobilní služby jeví její cena a velikost datového limitu. S ohledem na budoucí rozvoj ve využívání datových služeb může být takové omezování rychlostních profilů na velkoobchodní úrovni omezující z pohledu soutěže na maloobchodním trhu.

V návaznosti na přidělené kmitočty z roku 2014 začali tři největší mobilní síťoví operátoři intenzivně budovat své LTE sítě³⁷. Aktuální teoretické pokrytí LTE lze sledovat i na k tomu určených webových stránkách Úřadu³⁸. K 30. červnu 2017 všichni tři největší síťoví mobilní operátoři v České republice pokrývali (souhrnně) signálem LTE sítí 99,8 % obyvatel.

Nadto Úřad zahájil na konci března 2017 další aukci na kmitočty pro zajištění sítí elektronických komunikací v kmitočtovém pásmu 3 600 – 3 800 MHz. Toto kmitočtové pásmo je určeno pro budoucí využití mobilními sítěmi pro služby vysokorychlostního přístupu k internetu, a budoucí rozvoj sítí 5. generace. V prvních letech lze však očekávat využití spíše pro pevné bezdrátové spoje (FWA – Fixed Wireless Access), a tedy pro služby poskytované v pevném místě. Dne 11. července 2017 skončila aukční fáze výběrového řízení na udělení práv k využívání těchto rádiových kmitočtů pro vysokorychlostní datové sítě. Vedle dvou stávajících operátorů (O2 Czech Republic a.s. a Vodafone Czech Republic a.s.) v aukci uspěly i dva nové subjekty: Nordic Telecom 5G a.s. a PODA a.s.

³⁴ Omezení u MNO lze nalézt u některých předplacených tarifů, případně u některých nabídek Mobilního internetu.

³⁵ Mediánová hodnota přenosové rychlosti ve směru k účastníkovi se dle výsledků NetMetru pohybovala za poslední 3 měsíce (srpen – říjen 2017) v rozmezí 20,9-33,5 Mbit/s.

³⁶ I zde běžně platí zákon klesajícího mezního užítka, tzn., že pro uživatele je každé další inkrementální navýšení rychlosti služby méně přínosné (užitečné) a za takového navýšení rychlosti je uživatel ochoten méně platit. Subjektivně tak mohou uživatelé vnímat větší rozdíl mezi rychlostmi 2 a 4 Mbit/s než mezi rychlostmi 20 a 40 Mbit/s, byť v absolutním vyjádření je rozdíl výrazně větší ve druhém případě.

³⁷ K prvnímu budování LTE sítí však docházelo již od roku 2012, soustřeďovalo se však jen na několik vybraných lokalit (části Prahy, Brno, Mladá Boleslav či Karlovy Vary).

³⁸ Viz [tyto stránky](#) Úřadu, kde lze zjistit pokrytí České republiky signálem LTE sítí v pásmech 800 MHz, 900 MHz a 2 600 MHz a UMTS sítí v pásmu 2 100 MHz pro každého držitele přidělu rádiových kmitočtů.

Pro další rozvoj sítí LTE (především jejich kapacity) je hlavní stimulací rostoucí poptávka³⁹ po datovém připojení v mobilních sítích spojená s rozvojem koncových zařízení (smartphonů, tabletů, notebooků), které nejen že do značné míry umožňují plnohodnotné využívání všech funkcí, ale oproti klasickému využívání přes stolní počítač přináší i funkce nové⁴⁰.

Z výše uvedeného lze usuzovat, že v průběhu následujících let bude, s rostoucím rozšířením koncových terminálů schopných využívat signál LTE sítí, docházet k postupnému nárůstu datového provozu přes tento typ sítě, která bude souběžně nahrazovat starší síť UMTS. Význam LTE sítí přitom nespočívá jen v přínosu pro rychlejší a kvalitnější přístup k internetu, ale může dále podpořit i využívání speciálních aplikací⁴¹ využívajících datové připojení (prostřednictvím IP protokolu) pro přenos hlasu a textových zpráv⁴² mezi uživateli. Lze tedy očekávat, že důležitost datových služeb LTE (pro Mobilní tarify s daty) tak bude i nadále do budoucna narůstat jak na maloobchodním, tak velkoobchodním trhu.

Rovněž je třeba zmínit, že LTE síť umožňuje i využívání hlasových služeb (bez nutnosti instalovat speciální aplikace typu Skype aj.). V České republice již všichni síťoví operátoři implementovali a komerčně spustili ve svých sítích VoLTE. Do budoucna, nad rámec časového vymezení tohoto testu tří kritérií, lze očekávat kompletní přechod na čistě datové služby. Tuto skutečnost lze charakterizovat jako obdobný vývoj, který probíhal u fixních hlasových služeb (klasické hlasové služby prostřednictvím PSTN sítě jsou ve stále větší míře nahrazovány hlasovými službami poskytovanými prostřednictvím IP protokolu, tzv. VoIP službami). Ovšem proti vysoké poptávce po službách VoLTE hovoří v současnosti nízká penetrace koncových zařízení podporujících tuto technologii.

Závěr: Na základě výše uvedeného Úřad konstatuje, že kontrola infrastruktury je vzhledem k omezeným přírodním zdrojům (frekvence) pro nově vstupující síťové operátory významnou a trvalou překážkou vstupu na trh mobilních služeb. Tato překážka byla opakovaně Úřadem nastavenými podmínkami v rámci aukcí volných kmitočtů zmírněna, a to možností národního roamingu v sítích 2G, 3G a LTE pro případného nově vstupujícího síťového operátora. Tuto možnost však zatím nikdo nevyužil. Vstup na velkoobchodní trh ve formě MVNE je umožněn na základě povinnosti velkoobchodních nabídek v sítích 4G ze strany MNO. Vstup na maloobchodní trh ve formě MVNO je umožněn ze strany jak MNO, tak MVNE, a to jak na základě referenčních velkoobchodních nabídek (pro vstup Full MVNO) a povinnosti MNO jednat za účelem uzavření dohody i s ostatními formami MVNO na základě podmínek aukce kmitočtů, tak na základě komerčních velkoobchodních nabídek. Na základě komerčních velkoobchodních nabídek ze strany MNO od roku 2013 vstoupilo na maloobchodní potažmo velkoobchodní trh (k 30. 6. 2017) 115 MVNO na segment A a 27 MVNO na segment B. Z toho vyplývá, že případné překážky spojené s kontrolou infrastruktury nnesnadno duplikovatelné nebrání vstupu nových subjektů na tento trh.

³⁹ Mezi roky 2012 a 2015 narostl celkový objem přenesených dat o 260 %.

⁴⁰ V souvislosti s rozvojem a rozšířením chytrých telefonů (smartphonů) vznikla řada aplikací, které s využitím mobilního datového připojení umožňují uspokojovat řadu specifických potřeb uživatelů – od turistického průvodce, či možnosti objednat taxi až po sportovní aplikace.

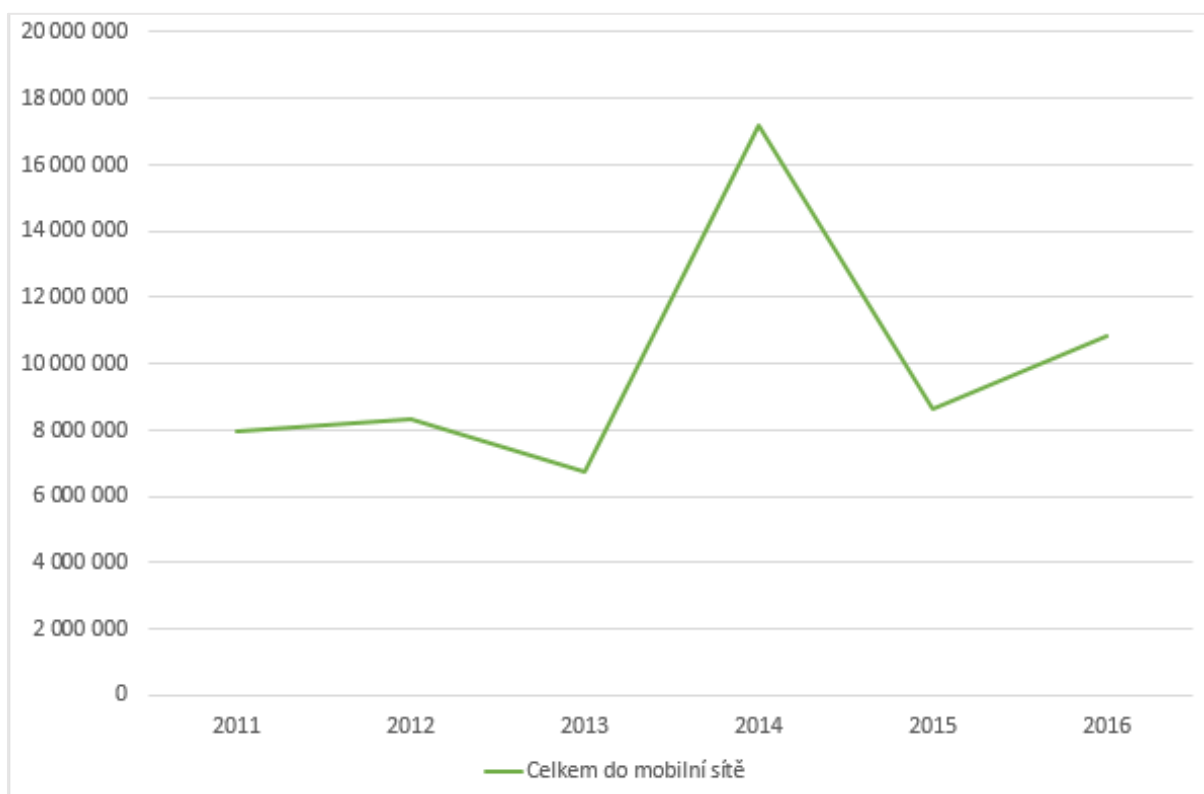
⁴¹ V anglické terminologii je užíván termín Over-the-top (OTT) aplikace.

⁴² Ve formě OTT aplikace umožňující tzv. instant messaging (IM).

Vysoké počáteční investiční náklady

Obecně je vstup na maloobchodní i velkoobchodní trh mobilních služeb ve formě MNO spojen s vysokými počátečními investičními náklady, a to jak na nákup kmitočtů, tak na budování sítí. V situaci, kdy je poptávka na maloobchodním trhu hlasových služeb již saturována, je navíc návratnost vynaložených investic podmíněna úspěšností při získávání zákazníků konkurenčních operátorů. U Mobilních tarifů s daty je situace v současné době odlišná. Penetrace Mobilních tarifů s daty dosahuje hodnoty okolo 71 % a je zde tedy stále prostor pro získání nových zákazníků. V každém případě získávání zákazníků konkurenčních operátorů, ale i nových zákazníků, vyžaduje nejen nabídku kvalitních a konkurenceschopných služeb, ale i značné marketingové náklady na jejich propagaci. Celkově tak lze tento typ vstupu na trh mobilních služeb považovat za kapitálově (investičně) náročný. Jak je ilustrováno v níže uvedeném grafu, všichni síťoví operátoři investují do hmotných a nehmotných aktiv mobilních sítí podobné částky. Nejvyšší investice v minulých pěti letech byly v roce 2014, kdy se výrazně investovalo do LTE sítí. Průměrné investice na jednoho síťového operátora za posledních 5 let dosahovaly hodnoty 2,4 mld. Kč bez DPH. Za aukci rádiových kmitočtů (v roce 2013) v pásmech 800, 1 800 a 2 600MHz zaplatili síťoví operátoři celkem 8,529 mld. Kč bez DPH,⁴³ což vyvolalo nárůst investic v roce 2014. Za kmitočty, které byly předmětem aukce v roce 2016, pak síťoví operátoři zaplatili 2,644 mld. Kč bez DPH⁴⁴.

Graf č. 8: Investiční výdaje do hmotných a nehmotných aktiv mobilních sítí (v tisících Kč bez DPH)



Zdroj: ČTÚ, ESD

⁴³ Tisková zpráva Úřadu ze dne 19. 11. 2013

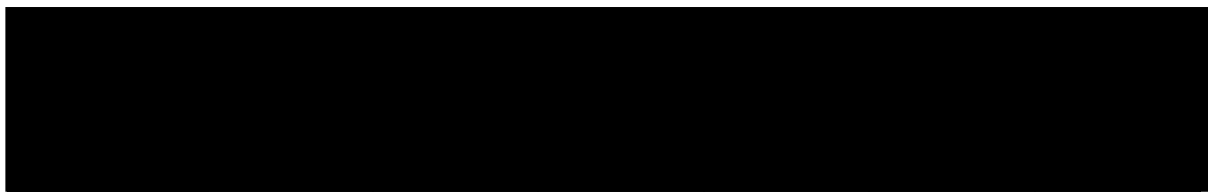
⁴⁴ Tisková zpráva Úřadu ze dne 19. 7. 2016

Dále se Úřad zaměřil na investice přepočtené na jednu SIM kartu (zákazníka) u síťových operátorů.

ZAČÁTEK OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ



Tab. č. 5: Průměrné roční investice na jednu SIM kartu (v Kč bez DPH)



Zdroj: ČTÚ, ESD

Poznámka:



KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ

Z výše uvedeného je tak patrné, že pro vstup na trh mobilních služeb jsou potřebné nejen vysoké počáteční investiční náklady, ale i následné investice do rozvoje vlastních sítí.

Jak je však uvedeno již výše u hodnocení infrastruktury nesnadno duplikovatelné, ke vstupu na maloobchodní (i velkoobchodní) trh ve formě MNO měl napomoci národní roaming, který však doposud nikdo nevyužil. Využitím národního roamingu lze rozložit investiční náklady do budování vlastní sítě na delší období, během kterého by již nový subjekt mohl působit na trhu a prodávat své služby uživatelům.

Subjekty vstupující na maloobchodní trh ve formě MVNO pak již na velkoobchodním trhu nakupují služby s definovanými parametry od MNO či MVNE a jejich vstupní investice jsou relativně zanedbatelné, díky nulovým nákladům na budování vlastní sítě a nákladům za kmitočtové přídělky.

Závěr: Na základě výše uvedeného Úřad konstatuje, že existují vysoké počáteční investiční náklady spojené se vstupem MNO na maloobchodní i velkoobchodní trh. Ovšem při vstupu na maloobchodní trh formou MVNO, který již na velkoobchodním trhu nakupuje služby od MNO nebo MVNE díky referenční/komerční nabídce, jsou vstupní náklady relativně zanedbatelné, a to zejména díky úspoře investic do samotné sítě (včetně investic za nákup kmitočtových přídělů). To potvrzuje i dosavadní vývoj, kdy k polovině roku 2017 působilo na segmentu A 115 MVNO a na segmentu B 27 MVNO, a to jak majetkově propojených, tak i majetkově nezávislých na MNO.

Úspory z rozsahu a úspory ze sortimentu

Pro síťová odvětví je obecně charakteristické, že jsou podmíněny vysokými fixními a nízkými variabilními náklady, přičemž průměrné náklady s rostoucím objemem provozu

(produktu) klesají. Poklesem celkových průměrných nákladů je dosahováno tzv. úspor z rozsahu.

Všichni zavedení síťoví operátoři mohou těžit z relativně vysokých objemů provozu, dobrého využití svých sítí a široké nabídky služeb. Úspory z rozsahu těchto zavedených operátorů tak obecně působí jako překážka vstupu na trh pro nové poskytovatele (ve formě MNO). Lze předpokládat, že vytvoření vlastní, dostatečně veliké zákaznické základny, by nově vstupujícímu poskytovateli ve formě MNO trvalo několik let a po tuto dobu by bylo možné očekávat asymetrickou výši dosahovaných úspor z rozsahu.

Snížením průměrných nákladů na výrobu dvou nebo více produktů za použití společné infrastruktury nebo správy provozních a zákaznických systémů je dosaženo tzv. úspor ze sortimentu. Toto vede k vyšší efektivitě a posilování tržní síly zavedených poskytovatelů mobilních služeb na trhu. Tento argument lze v podmínkách České republiky doložit skutečností, že všichni síťoví mobilní operátoři poskytují celé portfolio mobilních služeb, spravují sítě GSM, UMTS i LTE, nenabízí jen služby elektronických komunikací v mobilních sítích, ale rovněž i v pevné síti a televizní vysílání. Nadto hlavní podnikatelskou činností některých provozovatelů MVNO není poskytování telekomunikačních služeb, ale díky těmto novým službám mohou nabídnout svým zákazníkům výhodné balíčky služeb jako například společnosti Tesco Mobil ČR s.r.o., či ČEZ Prodej, s.r.o.

Závěr: Na základě výše uvedeného Úřad konstatuje, že všichni stávající mobilní síťoví operátoři disponují dostatečným počtem účastníků, velikostí provozu a poskytují široký sortiment služeb elektronických komunikací tak, aby bylo možno realizovat výnosy z rozsahu i sortimentu. Pro mobilní virtuální poskytovatele maloobchodních služeb pak platí, že ke vstupu na (maloobchodní i velkoobchodní) trh nepotřebují vysoké investiční náklady a zpravidla nakupují na velkoobchodě jen takový počet (objem) služeb, který mohou na maloobchodě (MVNE na velkoobchodě) okamžitě prodat. Navíc v cenách velkoobchodních služeb již jsou zohledněny úspory z rozsahu i sortimentu MNO, z čehož přeneseně těží i MVNE a MVNO. Někteří MVNO také sami vyvíjejí další aktivity mimo sektor elektronických komunikací a mohou tak realizovat vlastní úspory ze sortimentu (např. využitím stávající distribuční sítě). Úřad tak za současných podmínek nepovažuje úspory z rozsahu a sortimentu za významnou a trvalou překážku vstupu na vymezený velkoobchodní trh.

Závěr ke strukturálním překážkám: Na základě vyhodnocení jednotlivých parametrů, kterými jsou kontrola infrastruktury nesnadno duplikovatelné, existence vysokých počátečních investičních nákladů a úspory z rozsahu a sortimentu, Úřad konstatuje, že strukturální překážky vstupu na velkoobchodní trh přetrvávají. Nejsou však takové povahy, aby znemožňovaly vstup na trh novým subjektům ve formě MVNO (jako kupující) či MVNE (jako kupující i prodávající).

5.1.2. Právní a regulační překážky

Právní a regulační překážky vstupu jsou charakterizovány jako překážky, které nejsou založeny na hospodářských podmínkách, ale vyplývají z legislativních, administrativních nebo jiných státních opatření, která mají přímý vliv na podmínky vstupu a/nebo postavení poskytovatelů na relevantním trhu. Právní nebo regulační překážky, které lze odstranit v určitém časovém horizontu (dle časového vymezení trhu), nejsou považovány Úřadem za

překážky vstupu na trh. Za příklad právních nebo regulačních překážek je považována⁴⁵ například regulace cen nebo jiná cenová opatření uložená podnikům, která mají dopad nejen na vstup ale i na postavení podniku na trhu.

Z právní a regulační překážky vstupu je považováno zejména zkoumání následujících indikátorů⁴⁶:

- potřeba získání licence nebo jiného oprávnění pro podnikání na trhu,
- vliv sektorové regulace uplatněné na souvisejících trzích.

Potřeba získání licence nebo jiného oprávnění pro podnikání na trhu

V podmínkách České republiky není od roku 2005 vstup na trh elektronických komunikací licencován. Podnikatel pouze provádí oznámení o zahájení, změně, přerušení, nebo ukončení podnikání v elektronických komunikacích, která je obdobou k živnostenskému oprávnění. Tento způsob oznamování nepovažuje Úřad za překážku vstupu.

Závěr: Na základě výše uvedeného nepovažuje Úřad potřebu získání licence nebo jiného oprávnění pro podnikání na trhu za překážku vstupu na velkoobchodní i související maloobchodní trh.

Vliv sektorové regulace uplatněné na souvisejících trzích

Za regulační překážku vstupu na velkoobchodní trh je možné v případě některých subjektů, které poskytují balíčky služeb (např. hlas + data), považovat sektorovou regulaci cen za terminaci volání v mobilních sítích (zejména v její současné podobě ve formě cen stanovených ve výši čistých přírůstkových nákladů pro velkoobchodní službu terminace). V případě většiny nových a rozvíjejících se poskytovatelů mobilních služeb však spíše platí, že objem provozu terminovaného v sítích ostatních mobilních operátorů převyšuje objem provozu terminovaného ve vlastní síti, a nižší cena za terminaci stanovená Úřadem ve výši účelně a efektivně vynaložených nákladů tak menším operátorům vstup na velkoobchodní trh usnadňuje.

Za další sektorovou regulaci lze považovat regulaci uloženou na původních relevantních trzích č. 4, 5 a 6, jedná se především o velkoobchodní nabídku pro poskytování služeb přístupu k síti Internet v pevném místě. Tato regulace ovšem nepředstavuje překážku vstupu na vymezený maloobchodní trh mobilních služeb, ale naopak znamená usnadnění vstupu na trh služeb přístupu internetu v pevném místě a možnost nabízet balíčky, složené ze služeb, jak z pevné, tak mobilní sítě a dosahovat úspor ze sortimentu. Jen v roce 2016 poskytovalo služby mobilního a zároveň pevného přístupu k síti internet přes 78 subjektů.

Další sektorovou regulací uplatňovanou ze strany orgánů Evropské Unie, je regulace mezinárodního roamingu. V roce 2015 bylo novelizováno Nařízení č. 531/2012, které stanoví operátorům od 15. června 2017 povinnost účtovat ceny roamingových služeb v zemích EHP „jako doma“ (princip Roam like at Home), to znamená, že operátoři již nadále nemohou účtovat k roamingovým službám, až na stanovené výjimky, žádné příplatky. Operátoři na velkoobchodě nadále musí hradit cenu zahraničnímu operátorovi, ale na maloobchodě nebudou generovat odpovídající výnosy. Dá se proto očekávat, že roamingová regulace může mít negativní dopad na hospodaření operátorů nebo může vést ke zvýšení vnitrostátních cen.

⁴⁵ Čl. 13 Doporučení.

⁴⁶ ERG Report on Guidance on the application of the three criteria test, str. 11

Závěr k právním a regulačním překážkám: Na základě výše uvedeného nepovažuje Úřad vliv sektorové regulace za překážku vstupu na trh. Odrazujícím účinkem může působit cenová regulace mezinárodních roamingových služeb, která snižuje ziskovost při poskytování služeb, a tedy i motivaci služby poskytovat (resp. motivaci vstoupit na trh). Naopak nově vstoupivší poskytovatelé mobilních služeb ve formě MNO či full MVNO mohou v rámci nabídky Mobilních tarifů s daty těžit z regulace cen za terminaci v mobilních sítích a tato regulace může jejich vstup na relevantní trh usnadnit.

5.1.3. Jiné překážky

Úřad dále v prvním kritériu tříkriteriálního testu také hodnotí, zda zjevné odstranění bariér vstupu v podobě uzavření komerčních dohod ze strany MNO s MVNO/MVNE nebylo toliko formální povahy a zda tyto smlouvy skutečně umožňují virtuálním operátorům působit na navazujícím maloobchodním trhu a reálně zvyšovat úroveň konkurence a tím přinášet prospěch koncovým uživatelům. Pokud by Úřad dospěl k závěru, že podmínky uzavřených komerčních dohod neumožňují další rozvoj MVNO/MVNE na navazujícím trhu, měl by za to, že na vymezeném trhu značné a trvalé bariéry vstupu fakticky existují, resp., že jejich odstranění bylo pouze zdánlivé. To však nemusí nutně znamenat, že vymezený velkoobchodní trh, resp. navazující trh maloobchodní nevykazuje znaky efektivní konkurence a je tak způsobilý k regulaci ex-ante. Toto hodnocení by bylo předmětem kritéria č. 2.

Pro vyhodnocení bariér (efektivního) vstupu na vymezený trh zkoumal Úřad podmínky nastavené v komerčně ujednaných dohodách a jejich potenciál pro rozvoj konkurence na maloobchodním trhu.

Podmínky uzavřených komerčních dohod

Úřad v prvním kroku hodnotil samotné podmínky velkoobchodních smluv, a to jak ve vztahu každého MNO k jeho MVNO/MVNE, tak i ve vzájemném porovnání smluv uzavíraných u jednotlivých MNO.

Úřad v rámci tohoto hodnocení dospěl k závěru, že některá smluvní ustanovení mohou být do jisté míry omezující⁴⁷, nicméně tyto podmínky nejsou univerzálně uplatňovány napříč trhem, a tudíž nelze konstatovat, že je plošně všem operátorům znemožněno působit na trhu nebo, že dochází k „tržnímu selhání“. Důležitým poznatkem Úřadu je velká variabilita předložených smluvních ujednání, resp. typů uzavíraných smluv, které jsou následně podkladem pro nabídky a poskytování mobilních služeb na trhu. Lze tak dovozovat, že variabilita v nastavení smluvních podmínek⁴⁸ motivuje MVNO vybrat si toho MNO/MVNE, který nejlépe vyhovuje jejich obchodnímu záměru. Tuto skutečnost Úřad shledává jako prostředek pro posilování konkurence na velkoobchodním a přeneseně i maloobchodním trhu. Ovšem jako omezující skutečnost může být vnímáno omezování přenosové rychlosti prostřednictvím sítí LTE ve velkoobchodních podmínkách pro MVNO, kdy maximální přenosová rychlost pro MVNO může být pod průměrnou hodnotou (vyjádřenou mediánem) přenosové rychlosti

⁴⁷ Např. exkluzivita smluvního vztahu, schvalování značky MVNO, vyloučení možnosti využívat VoIP služby a GSM brány.

⁴⁸ Typicky rozdílná cenová struktura převládající u daného MNO, která s ohledem na konkrétní obchodní plány může různým MVNO vyhovovat různě (MVNO cílíci přednostně na segment trhu s předplacenými kartami a nižší spotřebou mobilních služeb bude upřednostňovat velkoobchodní ceny za každou spotřebovanou jednotku dané služby, zatímco MVNO mající záměr nabízet balíčky služeb bude spíše upřednostňovat nákup balíčku služeb i na velkoobchodě). Cenová struktura komerčně uzavřených velkoobchodních smluv je tedy různá a umožňuje účtování po spotřebovaných jednotkách, po odebraných balíčcích anebo i paušální částkou za měsíc (tzv. kapacitní model). Někteří MVNO mají smlouvu uzavřenou s více MNO. Ke konci roku 2016 mělo devět MVNO uzavřenou smlouvu s Vodafone a T-Mobile a jeden MVNO se všemi třemi MNO.

dosahované uživateli v sítích MNO. Jak však Úřad uvedl již výše, v současnosti za rozhodující kritéria pro výběr služby na straně většiny uživatelů považuje její cenu a velikost datového limitu.

Podání MVNO a účast Úřadu na jejich řešení

Úřad se v jednom případě zúčastnil procesu vyjednávání změny smluvních podmínek mezi MNO a MVNE (tj. k již uzavřené smlouvě o přístupu). Cílem změny bylo upravit podmínky smlouvy tak, aby podpořily prodej služeb dotčeného MVNE (resp. na něj navázaných MVNO) prostřednictvím nižších velkoobchodních cen za volání, SMS a dat, vč. dostupnosti balíčků s vyšším datovým limitem. Předmětem jednání byla i změna dalších smluvních podmínek (např. zrušit exkluzivitu smluvního vztahu, schvalování značky MVNO, umožnění využívat VoIP služby a GSM brány). Některé ze smluvních podmínek byly v rámci jednání za účasti Úřadu změněny či došlo k jejich změně později (např. k poklesu cen o 19 % došlo ve 4. Q 2015), některé zůstaly zachovány, a nedošlo tak k naplnění požadavků MVNE. V této souvislosti (s nedohodou na některých bodech jednání) mohl Úřad na základě požadavku jedné ze stran vydat stanovisko podle § 80 odst. 6 Zákona. O toto stanovisko však nebyl žádnou z dotčených smluvních stran požádán. V této souvislosti tak lze uzavřít, že Úřad za dobu působení MVNO/MVNE na velkoobchodním trhu nebyl požádán o vydání stanoviska ke sporným částem návrhu smlouvy nebo k důvodům odmítnutí, a lze tak oprávněně předpokládat, že poskytovatelé služeb jsou doposud schopni se na nastavení a změně smluvních podmínek dohodnout bez zásahu Úřadu.

Úřad obdržel od některých MVNO seznam opatření, které považovaly za užitečné pro zlepšení jejich fungování na maloobchodním trhu. Požadavky byly zaměřeny hlavně na nižší ceny a poskytování služeb prostřednictvím LTE. K obdrženým podnětům Úřad uvádí, že nedostupnost služeb LTE by jako výraznou překážku rozvoje služeb MVNO/MVNE považoval tehdy, pokud by platila zároveň pro služby poskytované všemi MNO. Jak je však uvedeno již výše, v současné době (1. polovina 2017) již všichni tři MNO svým velkoobchodním partnerům, kteří působí na trhu na základě komerčně dojednaných smluv, umožňují využití služeb LTE. Problematice cen se pak Úřad věnuje níže.

Dalším z návrhů jednoho MVNO bylo umožnění využití vlastního identifikačního čísla sítě (OpID) v síti MNO. Úřad se v tomto ohledu podrobně zabýval otázkou, nakolik by mohlo využití vlastního OpID v síti MNO zvýšit konkurenční prostředí a zlepšit postavení MVNO na mobilním trhu.

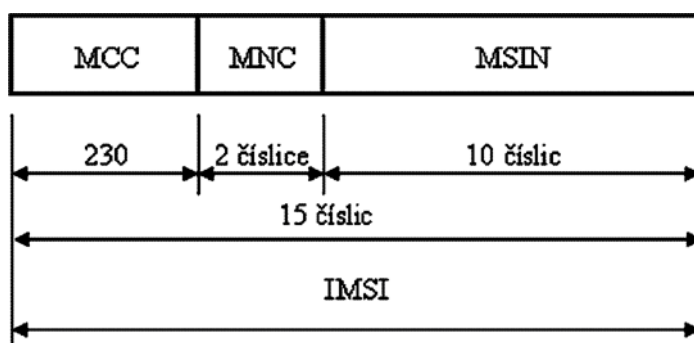
OpID je identifikací operátora, resp. jeho sítě a může být přidělen na žádost podnikateli v elektronických komunikacích, tedy i MVNO. Jeho funkcí je zajistit správné směrování, které je nastaveno do sítě určené právě pomocí OpID. Možnost případného umístění vlastního OpID do sítě či sítí jiného operátora není v rozporu s podmínkami regulace v oblasti elektronických komunikací a jedná se zejména v pevných sítích o běžnou praxi, která je smluvně ujednána mezi držitelem OpID a síťovým operátorem, do jehož sítě bude provoz následně směrován. Umístění vlastního OpID není v současné době, s výjimkou jednoho subjektu v pozici Full MVNO, v mobilních sítích využíváno. Stávající smluvní ujednání umožňují pouze využití OpID síťového operátora. Nicméně podle vyjádření některých MNO se tento požadovaný využití jiného OpID v síti nebrání, avšak nebyli ze strany MVNO o takovou změnu požádáni.

Podle daného MVNO by mělo využívání vlastního OpID usnadnit možnost přechodu MVNO mezi různými MNO (obdobně, jako se to děje ve fixních sítích) a přinést úsporu nákladů spojených s přenositelností čísel a možnost zpoplatňovat příchozí hovory terminované na

mobilní čísla účastníků MVNO. Podle MVNO by v případě vlastního OpID měl daný MVNO možnost převést celý číselný rozsah identifikovaný právě vlastním OpID mezi mobilními sítěmi, přičemž by byl sám odpovědný za zapsání příslušných údajů do referenční databáze čísel (RDČ), resp. společného řešení sloužícího pro přenositelnost telefonních čísel. Tím by podle daného MVNO došlo ke značnému snížení nákladů na proces změny MNO, byla by tak odstraněna bariéra bránící přechodu mezi jednotlivými MNO, a to by vedlo k prohloubení soutěže na velkoobchodním trhu.

Úřad v této souvislosti považuje za potřebné upozornit, že k tomu, aby mohlo telefonní číslo účastníka v mobilní síti fungovat, musí být v souladu s číslovacím plánem (Vyhláška č. 117/2007 Sb., o číslovacích plánech sítí a služeb elektronických komunikací, ve znění pozdějších změn) součástí jeho mezinárodního účastnického čísla SIM karty (IMSI) kód mobilní telefonní sítě (MNC) - viz obrázek 1. Z uvedeného plyne, že přechod k jinému MNO nutně zahrnuje i změnu MNC (dvě fyzicky odlišné sítě nemohou mít stejný identifikátor), a jako taková znamená vždy výměnu SIM karty u uživatele. Uvedené skutečnosti si je vědom také daný MVNO, stejně tak jako skutečnosti, že změna umístění OpID mezi různými sítěmi nepředstavuje předmět přenositelnosti telefonních čísel z pohledu OOP 10, jelikož se nejedná o změnu poskytovatele služby koncovému uživateli.

Obr. č. 2: Struktura mezinárodního identifikátoru účastníka mobilní telefonní sítě (IMSI)



Pozn.: MCC – mezinárodní kód mobilní sítě; MNC – kód mobilní telefonní sítě; MSIN – identifikační číslo účastníka mobilní sítě.

Úřad konstatuje, že daný teoretický postup umístění OpID v síti MNO by musel být jednoznačně smluvně upraven tak, aby obě smluvní strany znaly podmínky a zároveň také důsledky plynoucí z možnosti umístění OpID v síti MNO. Funkcí OpID jak je již uvedeno výše je zajištění správného směřování provozu. Přidělení mobilního OpID neopravňuje automaticky jakéhokoliv MVNO k účtování ceny za tzv. mobilní terminaci. Cenu za terminaci volání v mobilní síti účtuje operátor, který má k dispozici mobilní síť a zajišťuje přenos volání od bodu propojení (MSC, MGW) k zákazníkovi prostřednictvím mobilní sítě. Daný MVNO by tak mohl zajišťovat pouze tranzitní služby mezi originujícím operátorem, od kterého volání přichází na účastnická čísla zákazníka daného MVNO a terminujícím operátorem, tedy tím MNO, v síti, kterého jsou dána čísla zákazníků MVNO umístěna.

Úřad uvádí s ohledem na výše uvedené, že MVNO nic nebrání v tom, aby si o vlastní OpID požádal stejně, jako nevidí žádnou právní překážku v možnosti dohody s MNO. V případě, že by vyjednávání o využití vlastního OpID v síti MNO nespělo k dohodě, je Úřad připraven do takových jednání vstoupit, jak ostatně v minulosti opakovaně avizoval a doporučoval subjektům působícím na trhu, aby o takový vstup do jednání Úřad případně požádaly. Nicméně Úřad neshledal, že by u daného MVNO došlo přidělením vlastního OpID k úspoře nákladů při přenosu účastnických čísel mezi jednotlivými MNO a ani při terminaci volání.

Ceny a replikovatelnost služeb

V souvislosti s rozvojem maloobchodního trhu jako celku (rozšiřováním nabídek datových tarifů, zaváděním LTE služeb) poukazovali někteří virtuální operátoři na nemožnost vytvořit obdobné nabídky, jaké nabízejí na maloobchodním trhu síťoví operátoři. Jednalo se zejména o schopnost replikovat datové služby s vyššími datovými limity (např. 10 GB) síťových operátorů, služby poskytované prostřednictvím sítí LTE nebo i neomezená volání a neomezené SMS.

V reakci na tyto podněty Úřad předně konstatuje, že schopnost vytvořit obdobné maloobchodní nabídky, jaké poskytují síťoví operátoři, je u MVNO (MVNE) individuální jednak v závislosti na samotných podmínkách uzavřených velkoobchodních smluv a jednak na vlastních marketingových schopnostech MVNO využít při tvorbě maloobchodních služeb znalosti o chování zákazníků. Na trhu pak již delší dobu existují jak maloobchodní služby virtuálních operátorů⁴⁹ s neomezeným voláním do všech sítí, tak služby s vysokými datovými limity⁵⁰ poskytovanými přes sítě LTE. Současně mohou zájemci iniciovat jednání o realizaci povinnosti Velkoobchodní nabídky LTE, kterou MNO převzali jako závazek ze 4G aukce. Úřad dosud nebyl informován o zahájení takových jednání ani požádán o součinnost podle § 80 odst. 6 Zákona.

Úřad se dále zabýval replikovatelností⁵¹ maloobchodních služeb u všech tří mobilních síťových operátorů, a to na základě aktuálních velkoobchodních cen z komerčně uzavřených dohod a znalosti průměrné spotřeby hlasového volání, SMS a dat u jednotlivých maloobchodních služeb. Hodnocení pak Úřad udělal separátně jak pro standardní ceníkové ceny⁵², tak pro nižší ceny retenčních nabídek⁵³.

ZAČÁTEK OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ

[REDAKCE]

⁴⁹ Např. MVNO [ČEZ Prodej, s.r.o.](#), [LAMA MOBILE a.s.](#) nebo [OMNITEL CZ s.r.o.](#)

⁵⁰ [One Energy & One Mobile a.s.](#), [miniTEL s.r.o.](#) nebo [Max-call s.r.o.](#)

⁵¹ Posouzení replikovatelnosti vycházelo z aktuálně (tj. v době zpracování v první polovině roku 2017) platných velkoobchodních cen z komerčně uzavřených dohod všech tří MNO, ze znalosti průměrných jednotkových maloobchodních nákladů MNO, znalosti průměrné spotřeby hlasového volání, SMS a dat u jednotlivých maloobchodních služeb za období půl roku předcházejícího 31. březnu 2016 u společností O2 a Vodafone, resp. 30. červnu 2016 u společnosti T-Mobile a ze znalosti ceníkových i retenčních cen, se kterými jsou zákazníci, potažmo MVNO, na trhu konfrontováni. Úřad zkoumal, zda součet velkoobchodních plateb za mobilní služby (coby součet násobků průměrných spotřeb jednotlivých služeb a velkoobchodních cen) a maloobchodních nákladů samotných MNO převyšuje maloobchodní ceníkové, resp. retenční, ceny aktuálně nabízených maloobchodních služeb. Výsledkem bylo zjištění, že u jednoho z MNO je marže vůči retenčním cenám u datových služeb vždy záporná, zatímco oproti ceníkovým cenám je záporná u 7 z 11 srovnávaných služeb. U dalšího z MNO zjistil Úřad kladnou marži pouze u levnějších tarifů s nižší spotřebou a konečně u posledního MNO byly naopak marže kladné u téměř celého portfolia maloobchodních služeb nabízeného mimo režim výběrových řízení (tendrů). Tyto závěry tedy signalizovaly existenci tržních problémů, které mohou bránit úspěšnému rozvoji MVNO na podřazeném maloobchodním trhu.

⁵² Právě z těchto ceníkových cen vychází mezinárodní cenová srovnání Strategy Analytics (Teligen) založená na spotřebních koších OECD.

⁵³ OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ

⁵⁴ Protože informace o velkoobchodních cenách z komerčně uzavřených smluv, průměrné spotřebě maloobchodních služeb i informace o velikosti retenčních nabídek jsou obchodním tajemstvím, Úřad toto srovnání v analýze nezveřejňuje.

KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ

Úřad má za to, že toto hodnocení signalizuje existenci tržních problémů, které mohou bránit úspěšnému rozvoji MVNO na podřazeném maloobchodním trhu. Byť tak byly bariéry vstupu uzavřením desítek velkoobchodních smluv odstraněny, pro řadu MVNO faktická bariéra v podobě omezujících velkoobchodních smluv bránících jejich rozvoji stále existuje. Výhodnější pozici na maloobchodním trhu tak v současné době mají MVNO, kteří poskytování mobilních služeb vnímají jako doplňkovou aktivitu ke své hlavní podnikatelské činnosti a mohou si v případě potřeby a snahy o posílení pozice v oblasti svého primárního podnikání dovolit nabízet nižší ceny mobilních služeb než MVNO, kteří se poskytování mobilních služeb věnují jako své primární činnosti.

Existence a působení tzv. „šedých operátorů“

Úřad výše identifikoval faktickou bariéru vstupu na velkoobchodní, potažmo maloobchodní, trh pro mobilní virtuální operátory v podobě podmínek velkoobchodních smluv, které virtuálním operátorům neumožňují plně na maloobchodním trhu soutěžit s mobilními síťovými operátory a reálně trh ovlivňovat. Konkurenceschopnost mobilních virtuálních operátorů však dále narušuje i existence a působení tzv. „šedých operátorů“⁵⁵, tedy subjektů, které formálně vystupují jako maloobchodní firemní zákazníci, avšak ve svém důsledku (reálně) na trhu působí jako přeprodeji služeb bez řádně uzavřené velkoobchodní smlouvy. Tyto subjekty těží z výhodných (zejména cenových) podmínek poskytovaných mobilním síťovým operátorem, coby svému maloobchodnímu zákazníkovi. Ceny nabízené ze strany MNO mnohdy v rámci výběrových řízení mohou být v individuálních případech, jak je uvedeno již výše (viz kap. 1.4) nabízeny až na úrovni rovnající se variabilním nákladům síťového operátora, které jsou v síťovém odvětví, jakým je sektor elektronických komunikací, velmi nízké. Za tyto ceny však nemohou být služby systematicky poskytovány ani na velkoobchodním, ani na maloobchodním trhu, neboť v opačném případě by činnost MNO generovala ztrátu (nezajišťovala by pokrytí fixních nákladů) a vedla k odchodu takového operátora z trhu.

Byť by množství těchto subjektů ani počet jimi přeprodaných SIM karet v relativním vyjádření nemusel být vysoký, negativně ovlivňují konkurenceschopnost mobilních virtuálních operátorů, kteří na trhu působí v souladu se všemi požadavky, kladenými na ně ať už Zákonem či evropským regulačním rámcem (např. povinnost vykazovat Úřadu pravidelně informace, dodržovat pravidla roamingové regulace aj.). Úřad bude v rámci svých zákonných kompetencí vyvíjet činnost s cílem minimalizovat počet takto neoprávněně na trhu působících subjektů

⁵⁵ Tzv. „šedý operátor“ je subjekt, který podniká bez právního základu. I v případě, kdy oznámil podnikání v elektronických komunikacích podle § 13 ZEK nemá smluvní ujednání se síťovým operátorem (popř. jiným subjektem – MVNO, MVNE), které by jej opravňovalo dále poskytovat jeho mobilní služby svým jménem. Zpravidla má uzavřenu pouze smlouvu s MNO/MVNO/MVNE, jež má pouze účastnický charakter.

a tím zajištění stejných podmínek pro všechny podnikatele v sektoru elektronických komunikací. Svou měrou by však k řešení této problematiky měli přispět i samotní síťoví operátoři.

Další skutečností, která stěžuje faktické působení MVNO na trhu jsou výběrová řízení firemních zákazníků (větší podnikatelské subjekty, veřejná správa) s poptávkou po mobilních službách, v rámci, kterých firemní zákazníci poptávají kromě služeb poskytovaných vlastním zaměstnancům i služby poskytované rodinným příslušníkům, tedy zákazníkům náležícím do segmentu domácností, resp. rezidentních zákazníků. Vysoutěžené nižší ceny mobilních služeb tak využívají nejen zaměstnanci ale i rezidentní zákazníci a dochází tak k omezení možnosti oslovit tyto zákazníky ze strany MVNO, kteří působí především na segmentu rezidentních zákazníků.

Závěr k jiným překážkám: Úřad ve výše popsaném hodnocení komerčně ujednaných velkoobchodních smluv indikoval možné problémy při rozvoji konkurenčního prostředí ze strany MVNO a nemá za to, že přístup MNO umožňuje další rozvoj a působení MVNO na trhu.

Závěr ke kritériu č. 1:

Úřad na základě vyhodnocení výše uvedených tří druhů překážek dospěl k závěru, že na trhu existují překážky (strukturální, právní a regulační) pro vstup plnohodnotného síťového operátora (MNO) na trh. Vstup na trh je umožněn operátorům ve formě MVNO (resp. MVNE), a to jak na základě komerčních velkoobchodních smluv, tak na základě referenčních nabídek od MNO.

Úřad nicméně v rámci vyhodnocení tohoto kritéria identifikoval možné překážky plynoucí z nastavení podmínek komerčních smluv MVNO, jejichž úprava MVNO neumožňuje působit a rozvíjet se na trhu tak, aby mohli reagovat na vývoj trhu a nabídky MNO. Nekalá konkurence ze strany tzv. „šedých operátorů“ a zaměstnanecké (firemní) tarify pro rodinné příslušníky pak dále ztěžují působení MVNO na trhu a brání rozvoji účinné hospodářské soutěže. Úřad má indicie, které vedou k tomu, že bariéry vstupu na trh a působení na trhu pro MVNO a MVNE existují.

Vyhodnocení kritéria č. 1 – podle zjištění Úřadu indikuje existenci strukturálních, právních nebo regulačních překážek vstupu MNO a působení MVNO na trhu, které nemají dočasný charakter.

5.2. Kritérium č. 2 – Struktura trhu nesměřuje v příslušném časovém úseku k účinné hospodářské soutěži

Cílem druhého kritéria je posoudit, zda struktura vymezeného trhu není takové povahy, která jej, i přes prokázanou existenci významných a trvalých překážek vstupu⁵⁶, předurčuje k rozvoji účinné hospodářské soutěže v příslušném časovém období.

Úřad v rámci tohoto kritéria, v souladu s dokumentem ERG⁵⁷, postupně hodnotil níže uvedené parametry. Ty jsou do značné míry obdobné s parametry vyhodnocovanými v rámci

⁵⁶ Viz např. odstavec 15 na str. 3 Doporučení, ve kterém Komise uvádí, že i když se trh vyznačuje velkými překážkami vstupu, mohou jiné strukturální faktory na tomto trhu znamenat, že trh stále směřuje k tomu, aby se stal účinně konkurenčním v příslušném časovém období.

⁵⁷ ERG Report on Guidance on the application of the three criteria test, str. 12.

samotné analýzy úrovně konkurenčního prostředí a hledání podniku s významnou tržní silou. Cílem je zhodnotit, zda i přes překážky vstupu na trh existuje potenciál pro rozvoj hospodářské soutěže na vymezeném trhu.

Vyhodnocovaná kritéria:

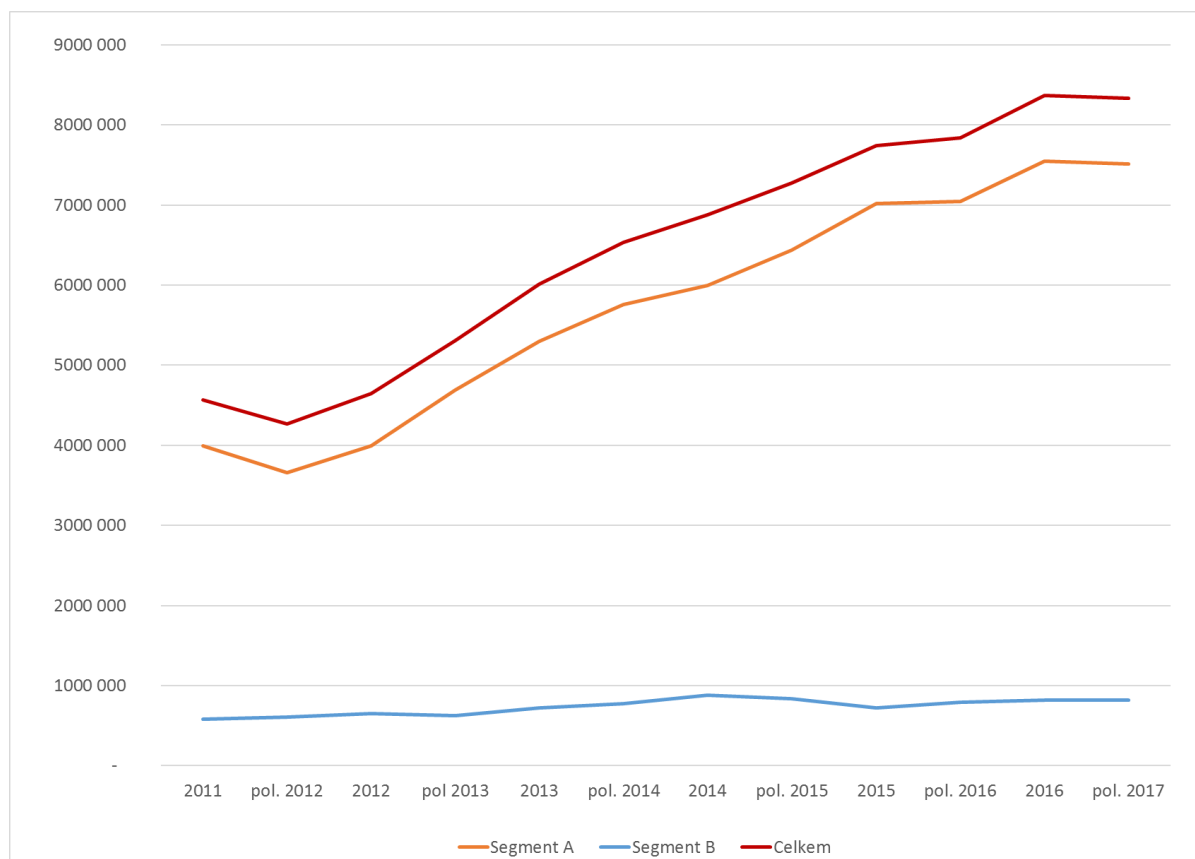
- Tržní podíl a jeho vývoj,
- Vývoj cen,
- Vývoj trhu,
- Bariéry růstu,
- Překážky přechodu účastníků mezi poskytovateli služeb,
- Potenciální konkurence.

Tržní podíl a jeho vývoj

Maloobchodní trh

Úřad vyhodnotil vývoj, trendy a tržní podíly za účelem posouzení současné situace a predikce budoucího vývoje trhu. V níže uvedeném grafu Úřad uvádí vývoj počtu SIM karet v mobilních sítích v rozdělení na jednotlivé segmenty, které jsou součástí vymezeného maloobchodního trhu spolu s celkovým počtem SIM karet na tomto maloobchodním trhu. Jak je z grafu patrné (Graf č. 9), celkový počet SIM karet dlouhodobě roste. Jen za posledních 4,5 roku (2012 – pol. 2017) se počet uživatelů u segmentu A zvýšil o 87 % a na segmentu B o 27 %.

Graf č. 9: Vývoj počtu SIM karet zahrnutých do trhu mobilních služeb



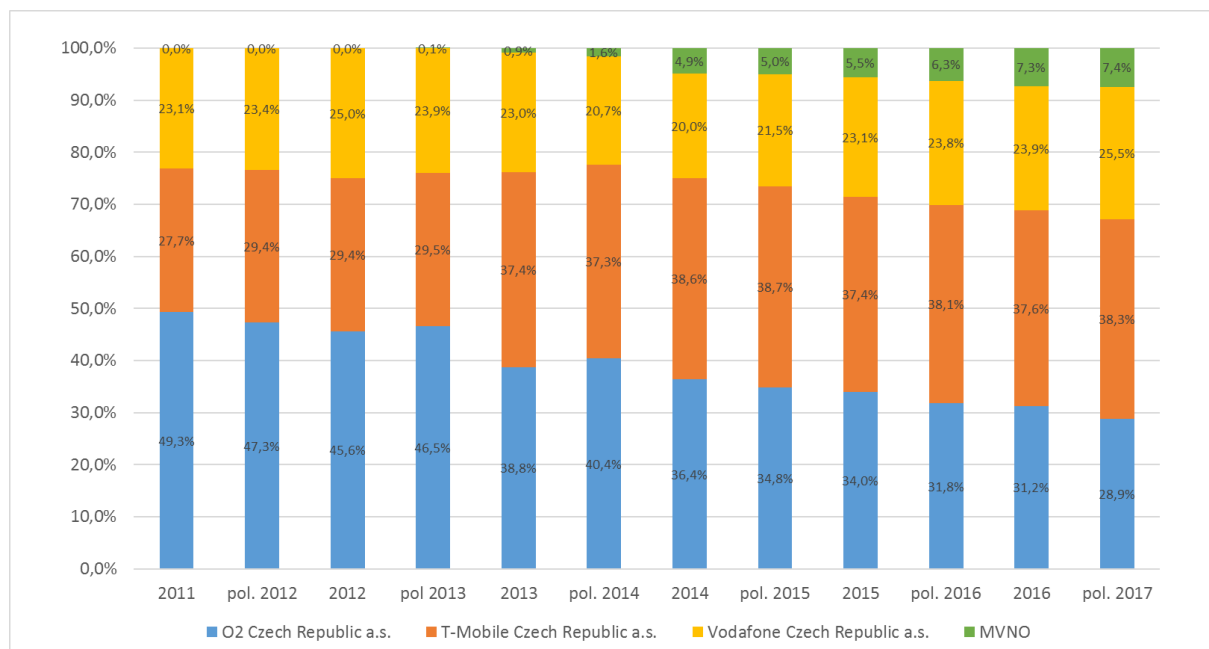
Zdroj: ČTÚ

V níže uvedených grafech jsou uvedeny vývoje tržních podílů MNO a MVNO od roku 2011 na maloobchodním trhu. Podíl značkových přeprodejců je v těchto grafech zahrnut do podílů těch subjektů, se kterými mají uzavřenou smlouvu, na jejímž základě nabízejí služby koncovým uživatelům. Úřad analyzoval tržní podíly, jak pro segment A, tak pro segment B.

Segment A

Na maloobchodním trhu od roku 2013 vstupovali noví poskytovatelé ve formě jak MVNO, tak i ve formě značkových přeprodejců. K 30. červnu 2017 na trhu působilo 118 subjektů nabízejících služby na segmentu A. Podíl MVNO na vymezeném maloobchodním trhu segmentu A dosahoval k 30. červnu 2017 hodnoty 7,4 %. V této hodnotě jsou zahrnuti všichni MVNO, kteří působí na trhu, to znamená, jak majetkově nepropojení, tak majetkově propojení. Majetkově nepropojeními se Úřad zabývá dále v textu.

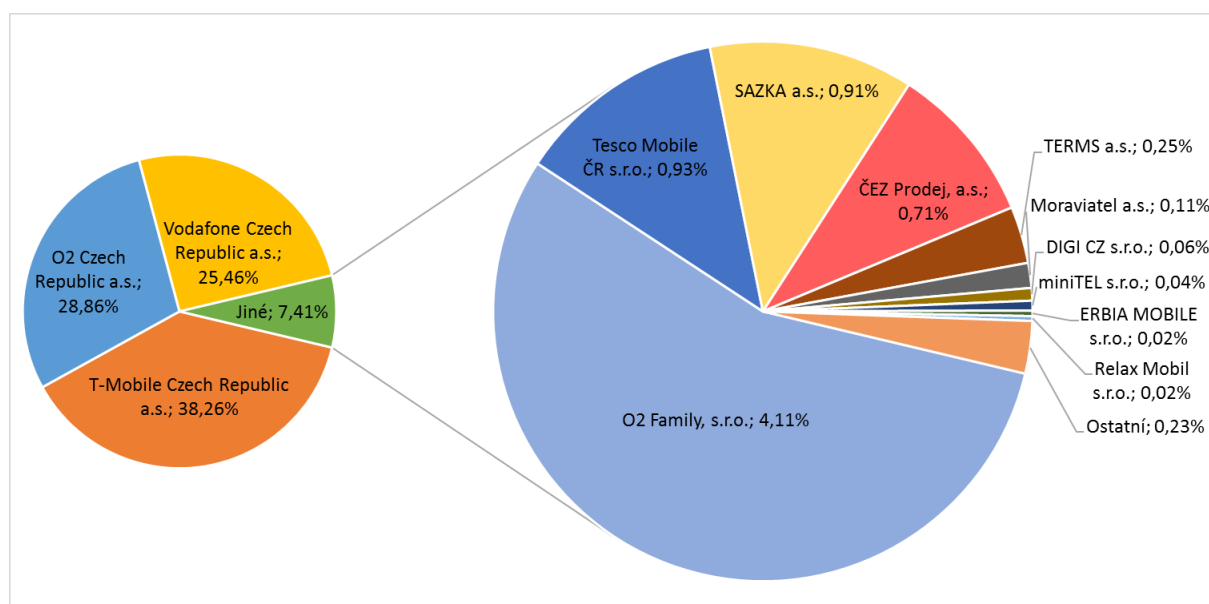
Graf č. 10: Vývoj maloobchodních tržních podílů na základě počtu SIM karet na segmentu A



Zdroj: ČTÚ

Největším poskytovatelem mobilních služeb na segmentu A je společnost T-Mobile s 38,3 %, poté O2 s 28,9 % a Vodafone s 25,5 %. Jako největší MVNO, z pohledu tržního podílu, na trhu působí společnost O2 Family s 4,1 %, dále následuje společnost Tesco Mobile ČR s.r.o. s 0,93 % a SAZKA a.s. s 0,91 %.

Graf č. 11: Tržní podíly na maloobchodním trhu na segmentu A k 30. 6. 2017

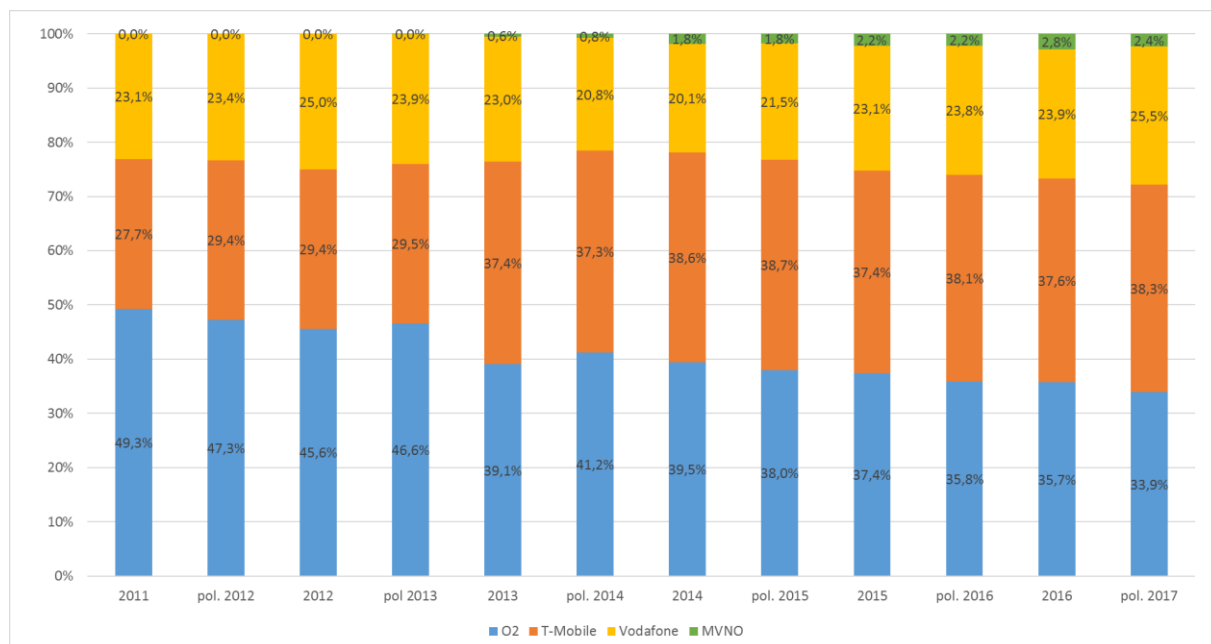


Zdroj: ČTÚ

Dále se Úřad zabýval majetkovou provázaností mezi jednotlivými MNO a MVNO. K pol. roku 2017 Úřad eviduje tři MVNO, kteří jsou majetkově provázáni se síťovým operátorem. Jedná se o společnosti O2 Family (100 % vlastněna O2), Tesco Mobile (z 50 % vlastněna O2) a COOP Mobil (z 1/3 vlastněna Vodafonem). Níže uvedený graf znázorňuje podíly jednotlivých síťových operátorů v letech 2011–pol. 2017, pokud k nim jsou připočteny majetkově propojené subjekty. Z grafu je patrné, že tržní podíl majetkově propojených MVNO je více jak poloviční z pohledu celkového podílu všech MVNO. Nicméně i když je podíl majetkově nepropojených MVNO (s vyloučením značkových přeprodejců) tři krát menší oproti tržnímu podílu všech MVNO (2,4 % vs. 7,4 %), došlo i u této skupiny za poslední rok k růstu tržního podílu, resp. růstu počtu uživatelů o 17 % (tj. o cca 26 tisíc SIM karet) oproti stavu k 30. 6. 2017). Největší virtuální operátor O2 Family se specializuje především na rodinné příslušníky firemních zákazníků společnosti O2. Druhým největším propojeným MVNO je společnost Tesco Mobile ČR, s.r.o. Důvod vyššího tržního podílu tohoto MVNO lze hledat především v silném zázemí a silném postavení značky Tesco a jejím distribučním řetězci. Svou roli v tom jistě sehrává i skutečnost, že se specializuje na prodej pre-paid služeb, které jsou z hlediska prodejního procesu, uzavírání účastnických smluv, fakturace služeb a zákaznického servisu jednodušší, než je tomu u post-paid služeb.

Na základě výše uvedeného Úřad konstatuje, že z pohledu všech majetkově nezávislých MVNO, nemá poznatky indikující výrazné riziko vytlačení majetkově nepropojených MVNO z velkoobchodního i navazujícího maloobchodního trhu mobilních služeb. Pokles tržního podílu majetkově nepropojených MVNO v pololetí 2017 byl způsoben zejména akvizicí společnosti DH Telecom a.s. společností O2 a též výrazným poklesem počtu účastníků využívajících datové služby v mobilním telefonu jednoho z největších nezávislých MVNO, který byl způsoben ukončením marketingové akce této společnosti zaměřené na datové balíčky (poskytované k nově aktivovaným SIM kartám zdarma).

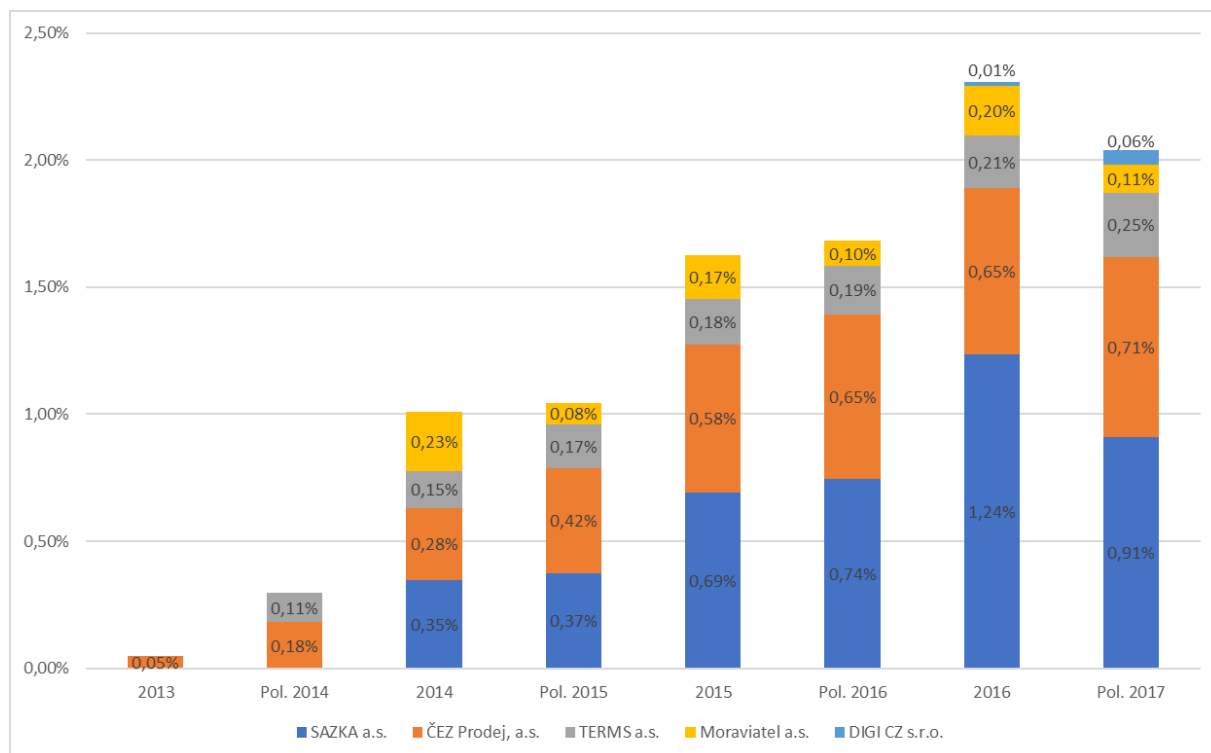
Graf č. 12: Vývoj maloobchodních tržních podílů na základě počtu SIM karet na segmentu A se zahrnutím podílu majetkově propojených MVNO do podílu příslušných MNO



Zdroj: ČTÚ

Úřad se dále zaměřil na vývoj podílů 5 největších majetkově nepropojených MVNO. Na segmentu A největší růst zaznamenala společnost SAZKA a.s. Její podíl na trhu byl v polovině roku 2017 byl 0,91 %. Druhý největší majetkově nezávislý MVNO byla společnost ČEZ Prodej, a.s. s podílem 0,71 %. S 0,25% tržním podílem na trhu dále působila společnost TERMS a.s. se svou značkou GoMobil a následoval Moraviatel a.s. s tržním podílem 0,11 %. Pátým největším nezávislým MVNO byla společnost DIGI CZ s.r.o., s tržním podílem 0,06 %.

Graf č. 13: Vývoj maloobchodních tržních podílů u pěti největších majetkově nezávislých MVNO na segmentu A na základě počtu SIM karet



Zdroj: ČTÚ

Byť se celkový tržní podíl všech MVNO (vč. značkových přeprodejců) může ve srovnání se třemi největšími MNO jevit jako malý, je třeba si uvědomit, že podobná situace panuje i na dalších evropských trzích. Při pohledu na dostupná data o postavení virtuálních operátorů v jiných členských státech EU⁵⁸ lze konstatovat, že jejich celkově malé početní zastoupení na trhu je spíše pravidlem. Obvyklé zastoupení v jednotlivých členských zemích je v řádu jednotek, v některých zemích dokonce nepůsobí virtuální operátoři vůbec (např. Malta, Slovensko). Naopak existují výjimky, jako je Holandsko, Španělsko, Polsko nebo Itálie, kde lze na místních trzích napočítat desítky těchto subjektů. Například u výše uvedeného Španělska, se tržní podíl MVNO pohyboval k první polovině roku 2016 na 11 %. Je ale potřeba zmínit, že na tamějším mobilním trhu působí z 30 MVNO třetina jako Full MVNO, u kterých lze očekávat výrazně vyšší počet zákazníků než u klasických MVNO.

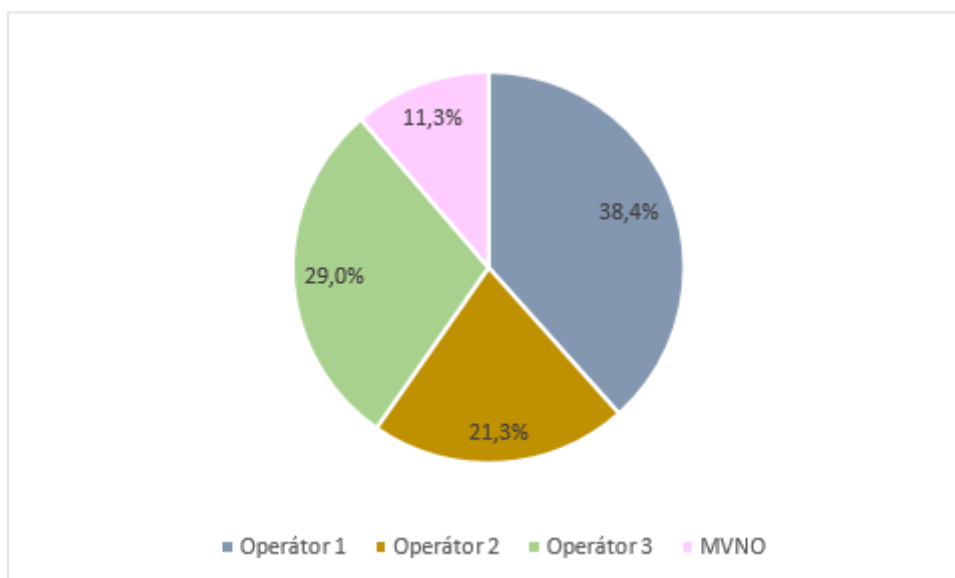
S ohledem na zkušenosti z jiných států EU, kde MVNO působí již řadu let tak pravděpodobně ani v České republice nelze očekávat významné postavení virtuálních operátorů na trhu, měřeno velikostí tržního podílu. Tato skutečnost však nutně nemusí být na škodu konkurenčnímu prostředí. Jejich samotná existence a dostupnost alternativních služeb pro uživatele na maloobchodním trhu spolu s možností vstupu dalších subjektů na trh mohou ovlivňovat chování zavedených síťových operátorů (MNO), kteří budou muset při nabídce svých služeb brát v úvahu zvýšené konkurenční prostředí, tvořené právě i MVNO.

⁵⁸ Úřad čerpal data z odpovědí jednotlivých národních regulačních úřadů na ad hoc dotazník Sdružení evropských regulačních orgánů v oblasti elektronických komunikací (BEREC) z března 2017.

Situace na segmentech A1 a A2

Dále se Úřad zabýval tržními podíly na segmentu A1 – domácnosti a A2 – firemní zákazníci. Úřad pro níže uvedené grafy využil nově sledovaných údajů (od pol. 2017) v rámci pravidelného elektronického sběru dat. Tyto údaje se tak liší od údajů uvedených v kapitole 1.4 Posouzení zákaznické segmentace, které byly pro účely segmentace vyžádány ad hoc. Uvedené tržní podíly v jednotlivých segmentech tak nyní zahrnují i údaje za MVNO. Jak ukazuje Graf č. 14 největším poskytovatelem na základě počtu SIM karet na segmentu A1 – domácnosti byl k pol. roku 2017 s 38,4 % Operátor 1. Operátor 2 měl 21,3 % podíl, Operátor 3 29 % a MVNO mají podíl 11,3 %.

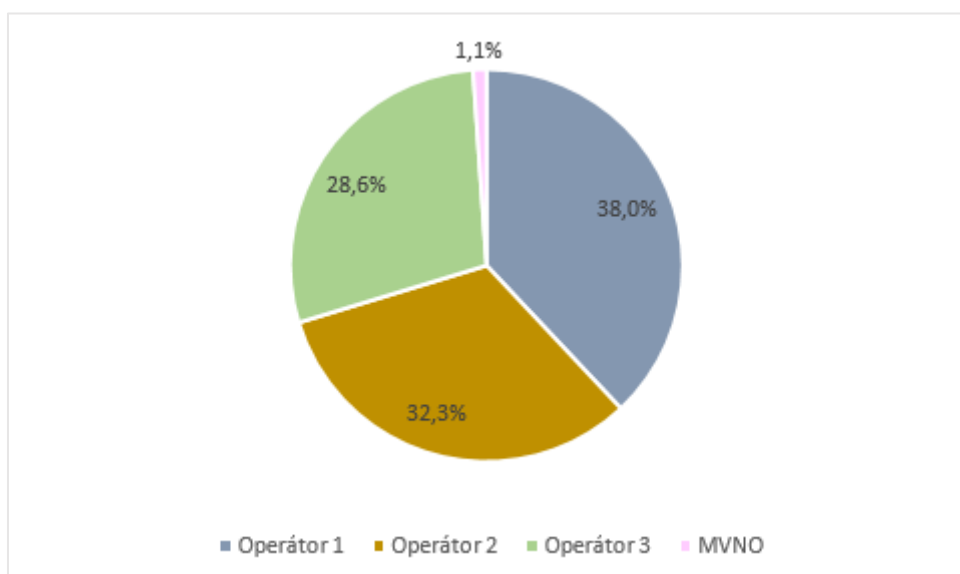
Graf č. 14: Tržní podíly na základě počtu SIM karet na segmentu A1 k 30. 6. 2017



Zdroj: ČTÚ

Podobně se Úřad zaměřil i na segment A2 – firemní zákazníci. Zde byla v polovině roku 2017 největším poskytovatelem mobilních služeb na základě počtu SIM karet Operátor 1 s 38 %. Druhým největším poskytovatelem byl Operátor 2 s 32,3 % a třetí byl Operátor 3 s 28,6 %. MVNO pak dosáhli tržního podílu 1,1 %.

Graf č. 15: Tržní podíly na základě počtu SIM karet na segmentu A2 k 30. 6. 2017

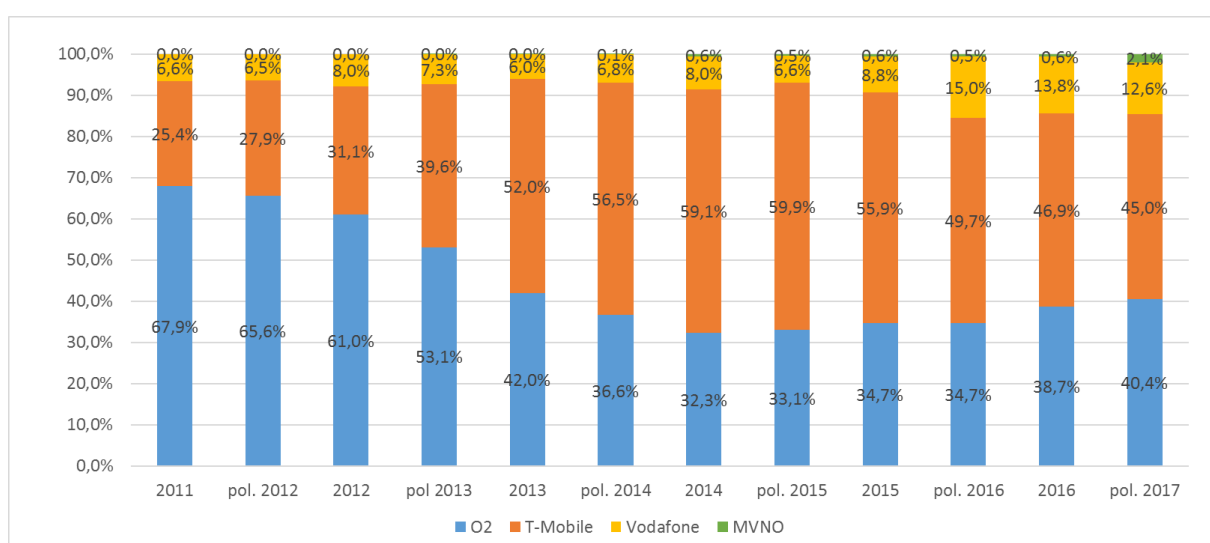


Zdroj: ČTÚ

Segment B

Struktura tržních podílů na segmentu B se výrazně liší od podílu na segmentu A. Největším poskytovatelem mobilních služeb na segmentu B je společnost T-Mobile s 45 %. Dále na trhu působí společnost O2 s necelými 40,4 % a Vodafone s necelými 13 %. Podíl MVNO činil k 30. červnu 2017 pouze 2,1 %. Úřad vzhledem k ukončení poskytování služeb ze strany společnosti Nordic Telecom prostřednictvím vlastní sítě CDMA a migraci zákazníků na nabídku realizovanou prostřednictvím MVNO platformy této společnosti (využívající síť GSM/UMTS/LTE síťových operátorů) do tržních podílů zahrnul i počty SIM karet této společnosti.

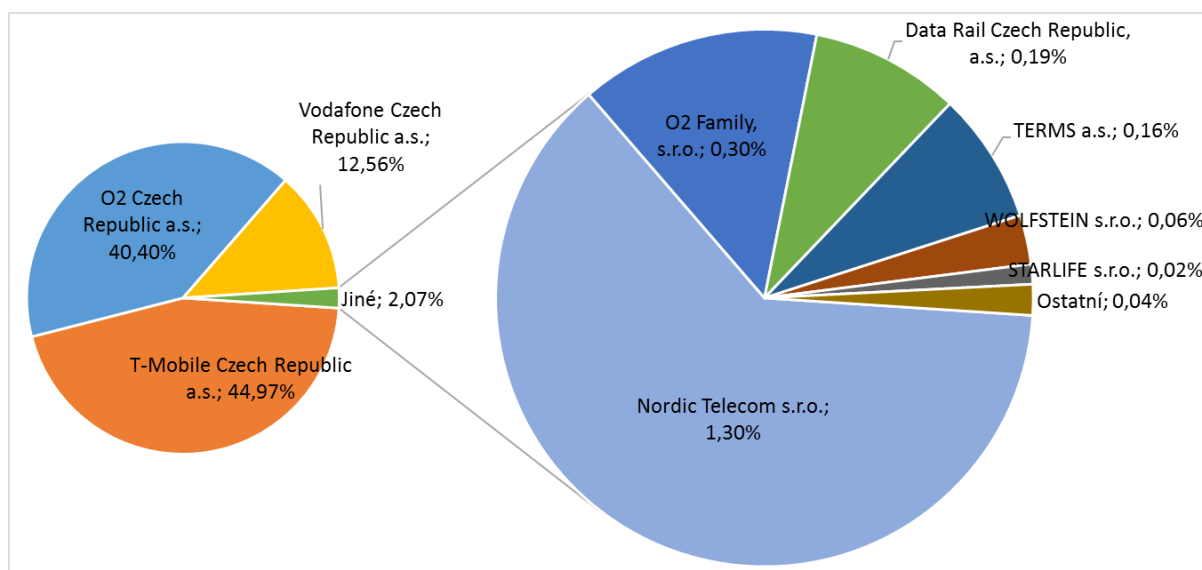
Graf č. 16: Vývoj maloobchodních tržních podílů na základě počtu SIM karet na segmentu B



Zdroj: ČTÚ

K 31. prosinci 2016 byl největším MVNO poskytující služby na segmentu B společnost Nordic Telecom s 1,30 % a společnost O2 Family s 0,30 %.

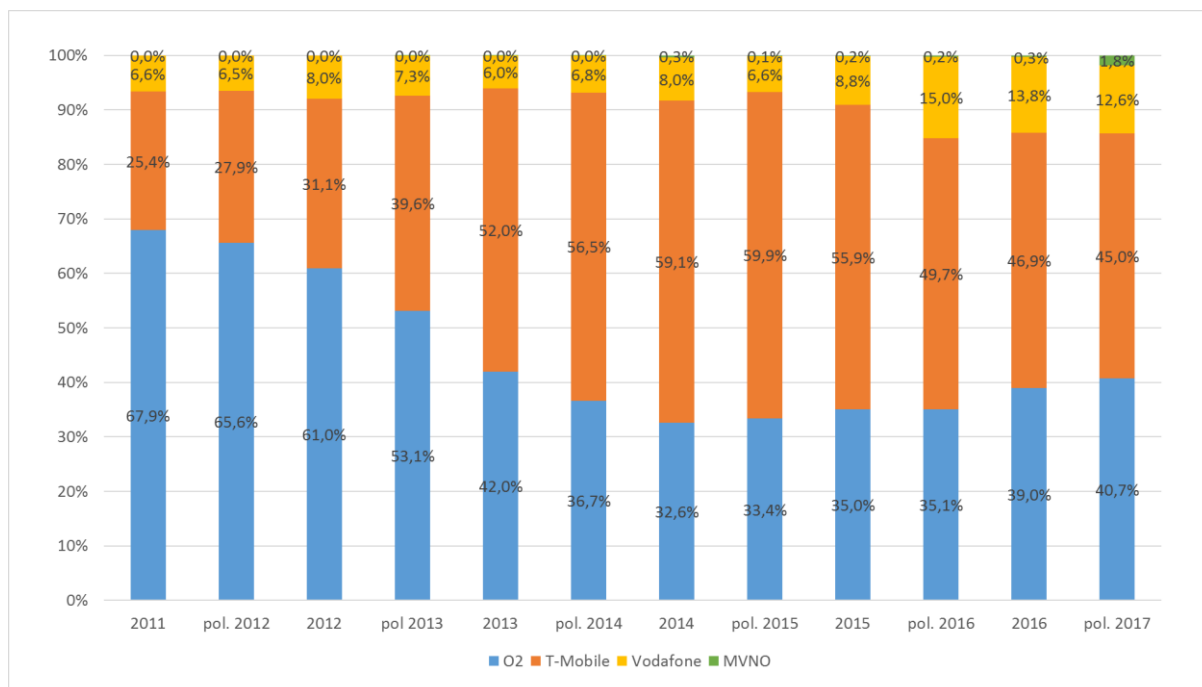
Graf č. 17: Tržní podíly na maloobchodním trhu na segmentu B k 30. 6. 2017



Zdroj: ČTÚ

Podobně jako u segmentu A se Úřad i u segmentu B zabýval majetkovou provázaností mezi jednotlivými MNO a MVNO. V níže uvedeném grafu Úřad zahrnul podíl majetkově propojených MVNO do podílu příslušných MNO.

Graf č. 18: Vývoj maloobchodních tržních podílů na základě počtu SIM karet na segmentu B se zahrnutím podílu majetkově propojených MVNO do podílu příslušných MNO

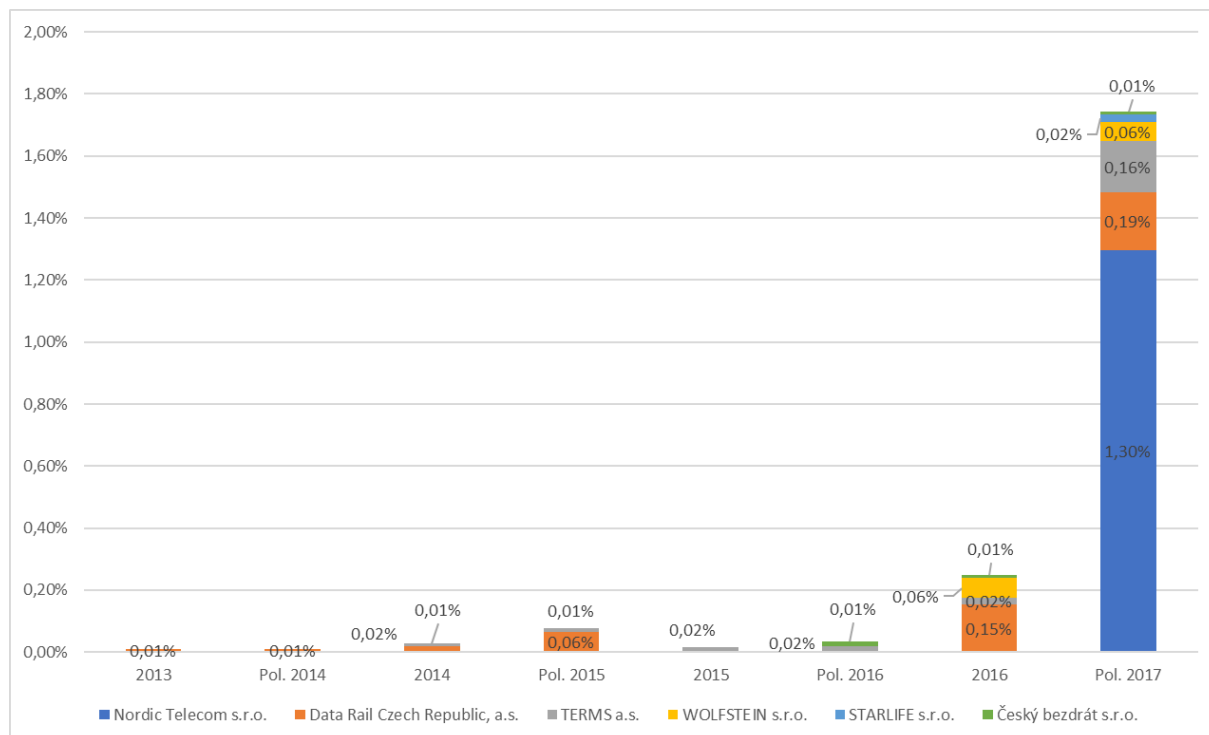


Zdroj: ČTÚ

Dále se Úřad zaměřil na vývoj podílů 5 největších majetkově nepropojených MVNO. Na segmentu B, kromě společnosti Nordic Telecom, která převedla své zákazníky do báze (svého) MVNO, zaznamenala největší růst společnost Data Rail Czech Republic a.s. Její podíl

na trhu byl v polovině roku 2017 0,19 %. Druhým největším majetkově nezávislým MVNO byla s 0,16 % společnost TERMS a.s. se svou značkou GoMobil. Následovala společnost Wolfstein s.r.o. s podílem 0,06 %. Na čtvrtém místě byla společnost STARLIFE s.r.o. s 0,02 %. A konečně pátým největším nezávislým MVNO byla společnost Český bezdrát s.r.o. s 0,01% podílem na segmentu B.

Graf č. 19: Vývoj maloobchodních tržních podílů u pěti největších majetkově nezávislých MVNO na segmentu B na základě počtu SIM karet

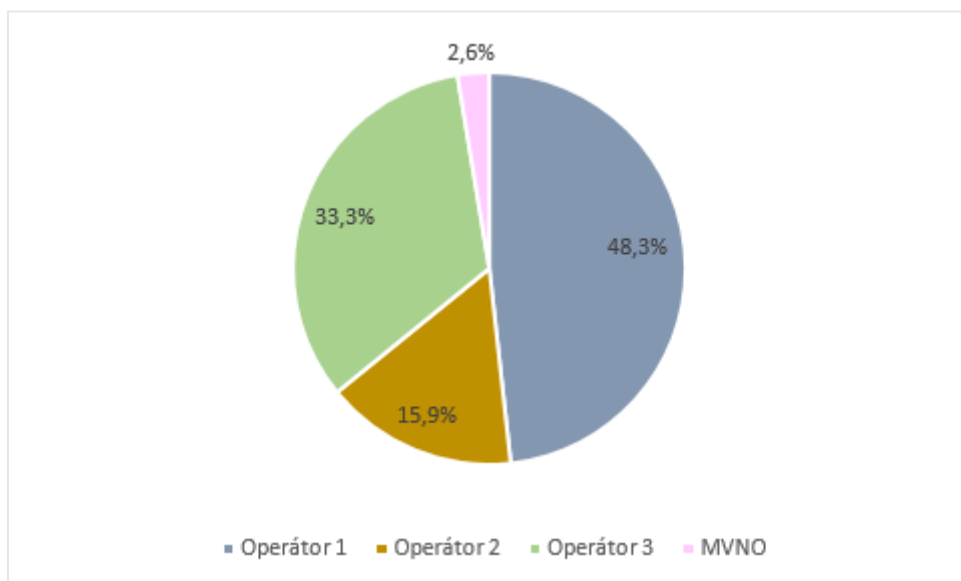


Zdroj: ČTÚ

Situace na segmentu B1 a B2

Dále Úřad zkoumal tržní podíly na segmentech B1 a B2. Jak ukazuje Graf č. 20 největším poskytovatelem na segmentu B1 byl na základě počtu SIM karet v polovině roku 2017 Operátor 1 s 48,3 %. Operátor 3 měl 33,3% tržní podíl, Operátor 2 dosáhl tržního podílu 15,9 %, a MVNO měli podíl 2,6 %.

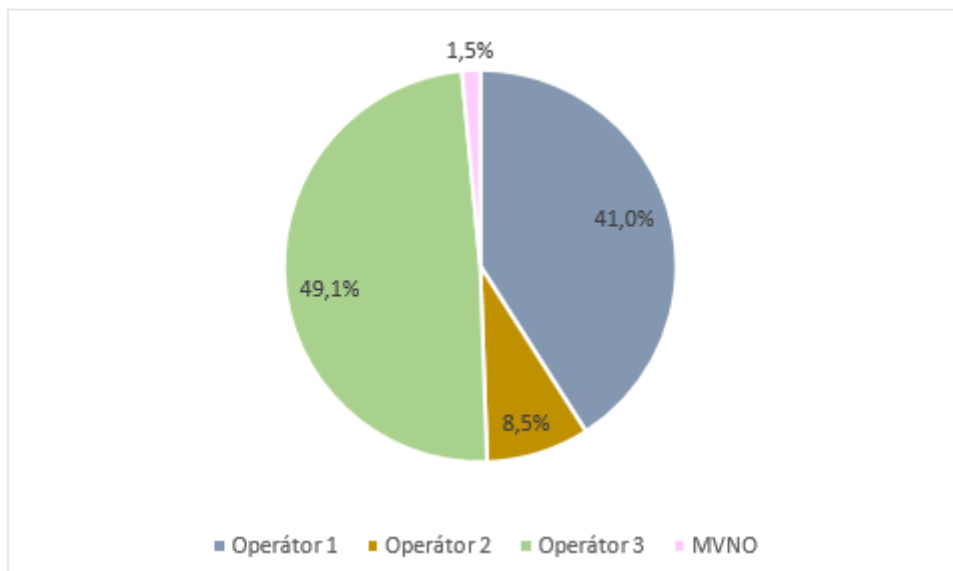
Graf č. 20: Tržní podíly na základě počtu SIM karet na segmentu B1 k 30. 6. 2017



Zdroj: ČTÚ

Podobně se Úřad zaměřil i na segment B2 – firemní zákazníci. Na tomto segmentu, na základě počtu SIM karet, byl největším poskytovatelem Operátor 3 s 49,1 %. Druhý největší poskytovatel byl Operátor 1 s 41 %. Na třetím místě na segmentu B2 byl Operátor 2 s 8,5 % tržním podílem. MVNO dosáhli tržního podílu 1,5 % na tomto segmentu.

Graf č. 21: Tržní podíly na základě počtu SIM karet na segmentu B2 k 30. 6. 2017



Zdroj: ČTÚ

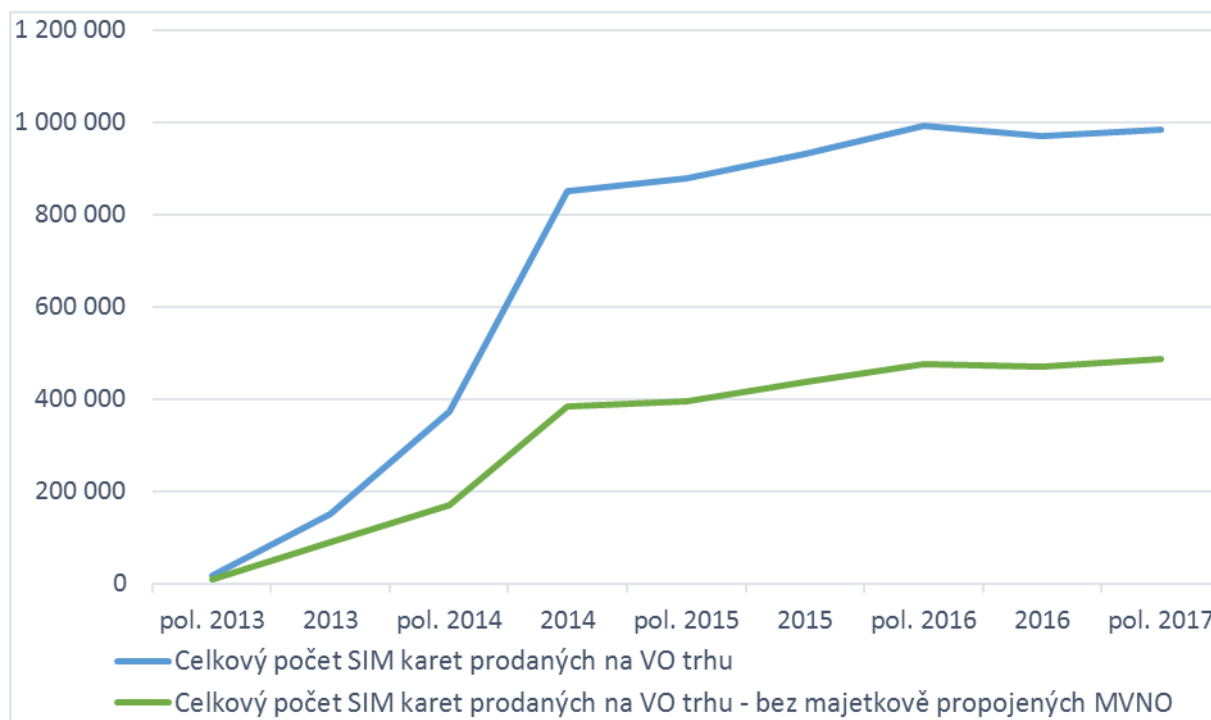
Závěr: Úřad očekává, že na vymezeném trhu bude docházet k dalšímu růstu poptávky po datových mobilních službách (teoreticky až na úroveň celkového počtu SIM karet), což lze považovat za příležitost, jak pro nově vstupující poskytovatele, tak pro ty současné. Jak dokazují podíly MVNO na segmentu A od jejich vstupu na trh v roce 2013, jejich podíl v čase stále mírně roste, byť v následujících letech lze očekávat větší tendenci ke stabilizaci počtu subjektů na trhu a konsolidaci pozic stávajících poskytovatelů. U majetkově nepropojených MVNO lze meziročně spatřit, jak růst podílu, tak růst absolutního počtu SIM karet. I v tomto

případě však – i s ohledem na současnou úroveň penetrace trhu SIM kartami (138 %) – lze očekávat, že tempo růstu již nebude tak dynamické jako v období od roku 2013, kdy MVNO hromadně vstoupili na trh. Ve větší míře bude docházet spíše k přesunům účastníků mezi jednotlivými poskytovateli služeb, včetně MVNO. V souvislosti s očekávanou rostoucí poptávkou po datových mobilních službách lze v kritériu tržních podílů u segmentu A očekávat potvrzení hypotézy o dalším rozvoji a růstu konkurence, jak na velkoobchodním, tak i souvisejícím maloobchodním trhu. Ovšem na segmentu B působí jeden poskytovatel s výrazným tržním podílem – T-Mobile, který zvýšil svůj tržní podíl za 5 let z 25 % na necelých 47 %. Dále na tento segment trhu vstoupili MVNO, kteří však mají k 31. prosinci 2016 tržní podíl 0,3 %.

Velkoobchodní trh

Celkový počet SIM karet prodaných na velkoobchodním trhu byl k pol. 2017 téměř 983 tisíc, jak ukazuje Graf č. 22. To znamená, že k polovině roku bylo přes velkoobchodní trh prodáno zhruba 7 % SIM karet z celkového počtu SIM karet v ČR virtuálních operátorům. Lze si všimnout mírného poklesu ke konci roku 2016, tento pokles byl způsoben společností DH Telecom, jejíž značku OpenCall se zákaznickou bází koupila společnost O2 (zákazníci byli postupně převáděni pod společnost O2, tento proces byl ukončen v průběhu dubna 2017).

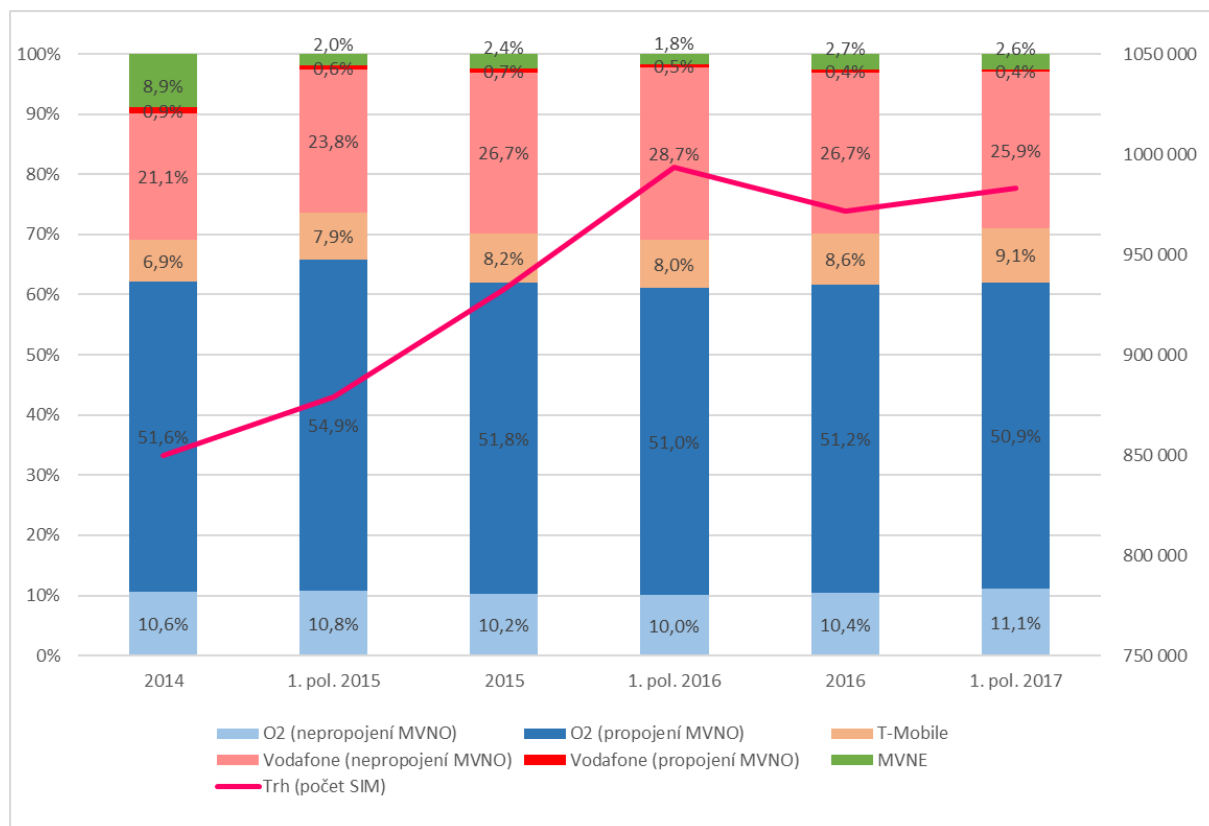
Graf č. 22: Vývoj počtu SIM karet prodaných na velkoobchodním trhu



Zdroj: ČTÚ

Na velkoobchodním trhu na základě velkoobchodně prodaných SIM karet, bez zahrnutí samozásobení, je k 30. červnu 2017 největším poskytovatelem společnost O2 s tržním podílem 62 %. Z hlediska prodeje majetkově nepropojeným MVNO je její tržní podíl 11,1 %. Druhým největším poskytovatelem na základě počtu SIM karet je společnost Vodafone s 26,3 %. Z hlediska prodeje majetkově nepropojeným MVNO je její tržní podíl 25,9 %. Třetí, společnost T-Mobile, má 9,1 %. Dále na trhu působí i MVNE, jejich celkový podíl byl k 30. červnu 2017 2,6 %.

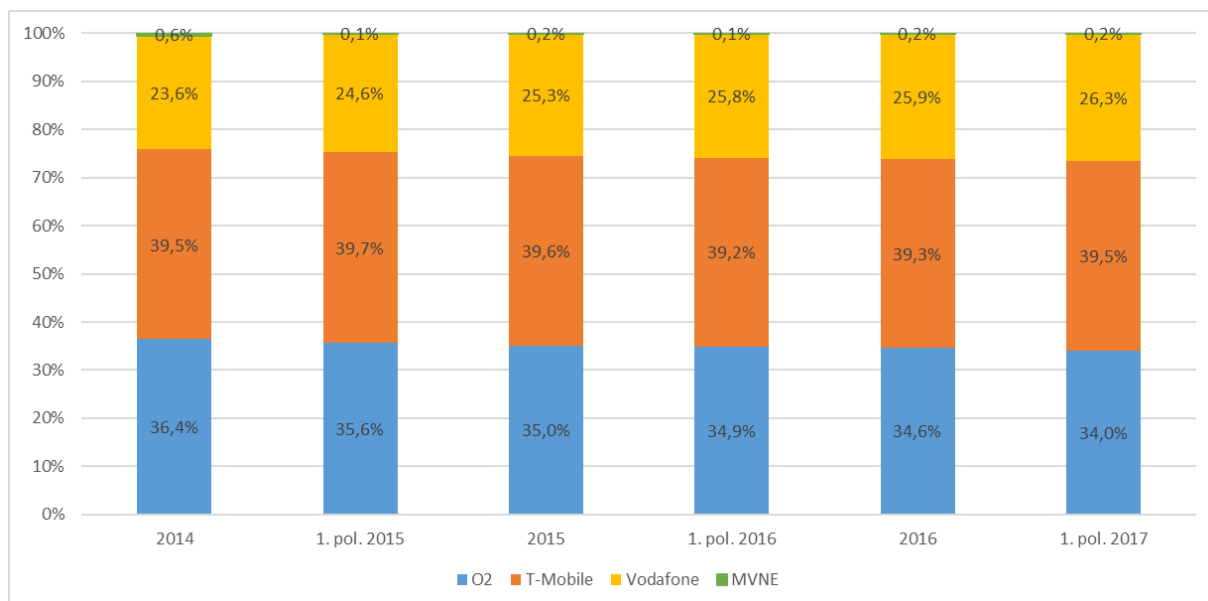
Graf č. 23: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě velkoobchodně prodaných aktivovaných SIM karet, včetně velkoobchodního přeprodeje bez zahrnutí samozásobení (k 30. 06. 2017)



Zdroj: ČTÚ

Pokud by se do tržních podílů zahrnuo i samozásobení, pak by největším poskytovatelem k 30. červnu 2017 byla společnost T-Mobile s tržním podílem 39,5 %. Druhým největším poskytovatelem se zahrnutím samozásobení je společnost O2 s 34,0 %. Třetím největším poskytovatelem je společnost Vodafone s 26,3 %. MVNO po zahrnutí samozásobení mají tržní podíl pouze přibližně 0,2 %.

Graf č. 24: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě velkoobchodně prodaných aktivovaných SIM karet, včetně velkoobchodního přepradeje se zahrnutím samozásobení (k 30. 6. 2017)

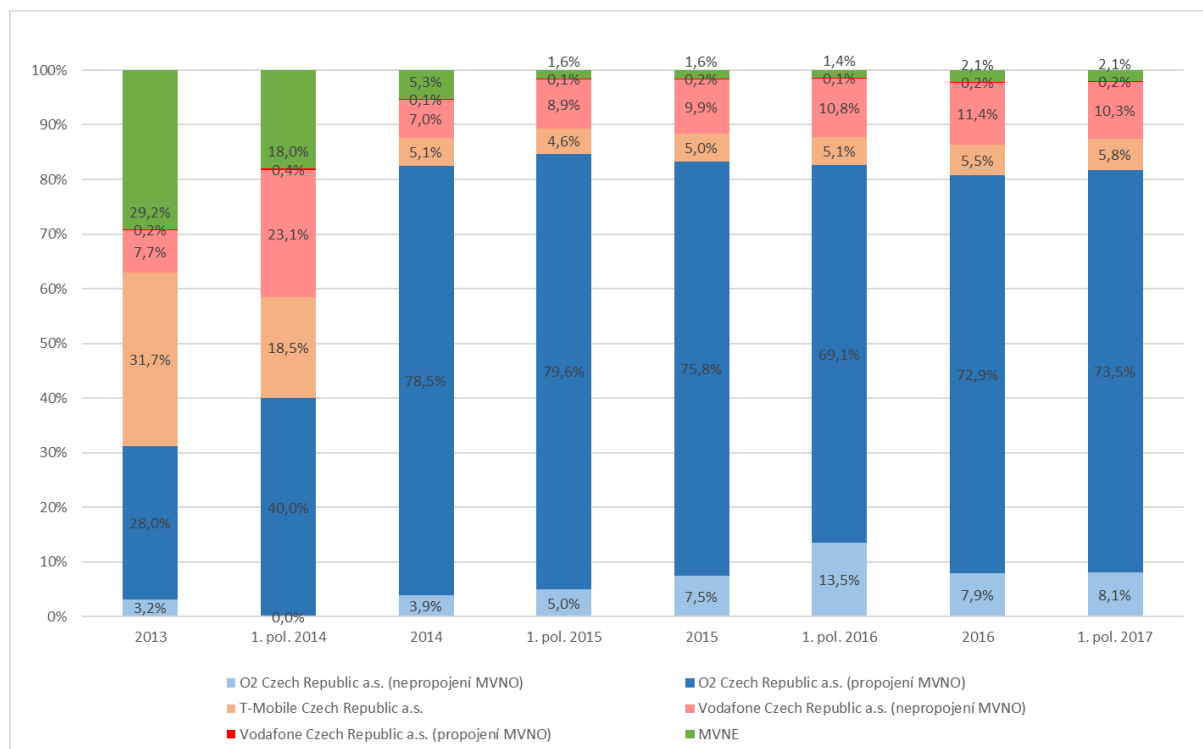


Zdroj: ČTÚ

Úřad dále analyzoval tržní podíly na velkoobchodním trhu z pohledu jednotlivých služeb nabízených v mobilních sítích, jak ukazují následující grafy.

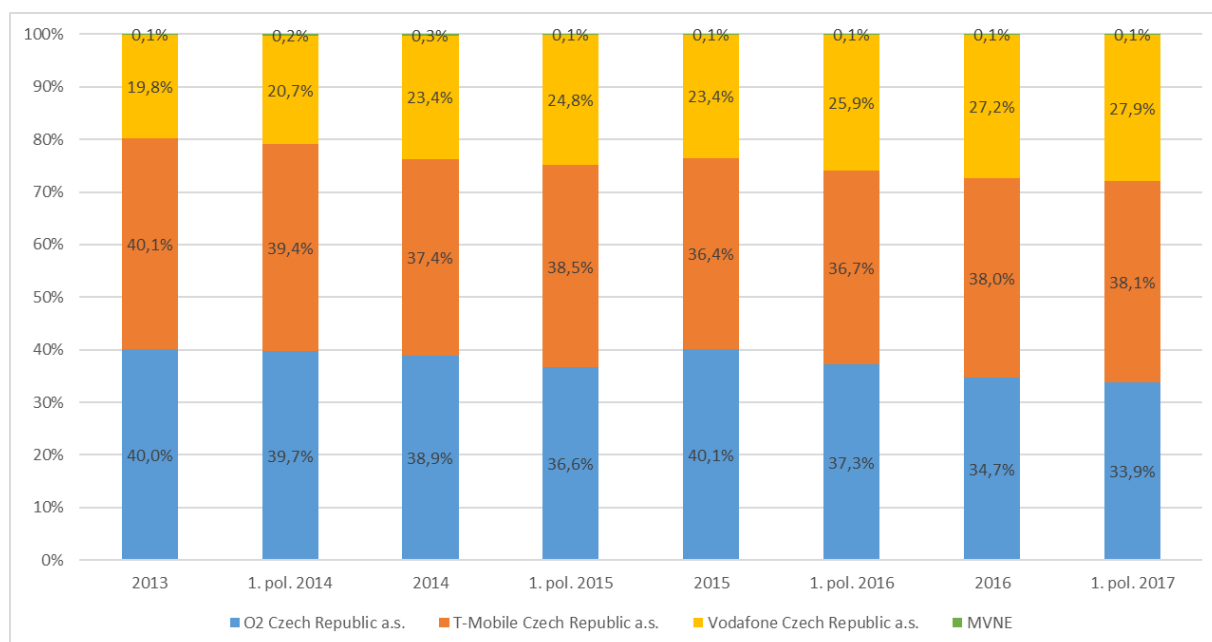
Na základě objemu originovaných minut byl k 30. červnu 2017 na velkoobchodním trhu, bez zahrnutí samozásobení, největším poskytovatelem společnost O2 s tržním podílem 81,7 %. Toto je zapříčiněno především dceřinou společností O2 Family (největší MVNO, co do počtu SIM karet), které O2 poskytuje velkoobchodně služby na trhu mobilních služeb. Z hlediska prodeje majetkově nepropojeným MVNO je její tržní podíl 8,1 %. Dále na velkoobchodním trhu působí společnost Vodafone s 10,5 %. Z hlediska prodeje majetkově nepropojeným MVNO je její tržní podíl 10,3 %. Dále T-Mobile s 5,8 % a MVNE s 2,1% tržním podílem. Se zahrnutím samozásobení má největší tržní podíl společnost T-Mobile – 38,1 %, dále pak O2 – 33,9 %, Vodafone – 27,9 % a MVNE – 0,1 %, jak ukazují Graf č. 25 a Graf č. 26. Mezi roky 2013 a 2014 si lze všimnout výrazného propadu podílu MVNE. V tomto období ještě na trhu působila jako MVNE společnost GTS, která zanikla fúzí se společností T-Mobile k 2. 1. 2015.

Graf č. 25: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě objemu originovaných minut, včetně velkoobchodního přeprdeje bez zahrnutí samozásobení k 30. 6. 2017)



Zdroj: ČTÚ

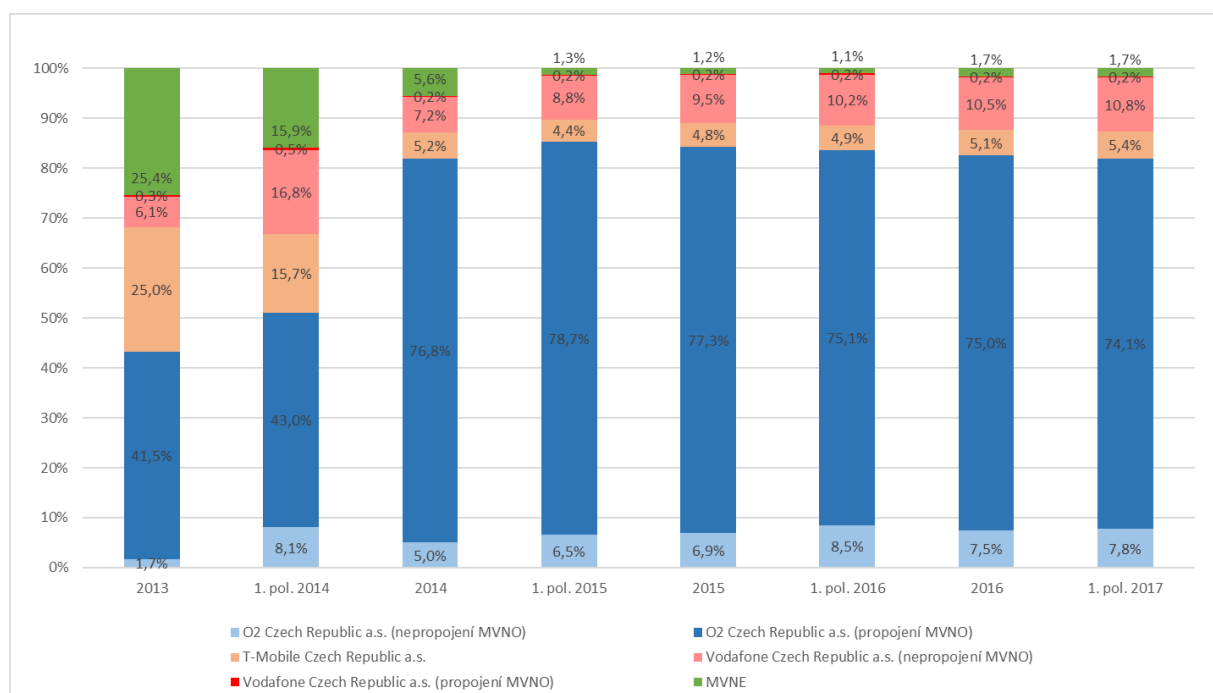
Graf č. 26: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě objemu originovaných minut, včetně velkoobchodního přeprdeje se zahrnutím samozásobení (k 30. 6. 2017)



Zdroj: ČTÚ

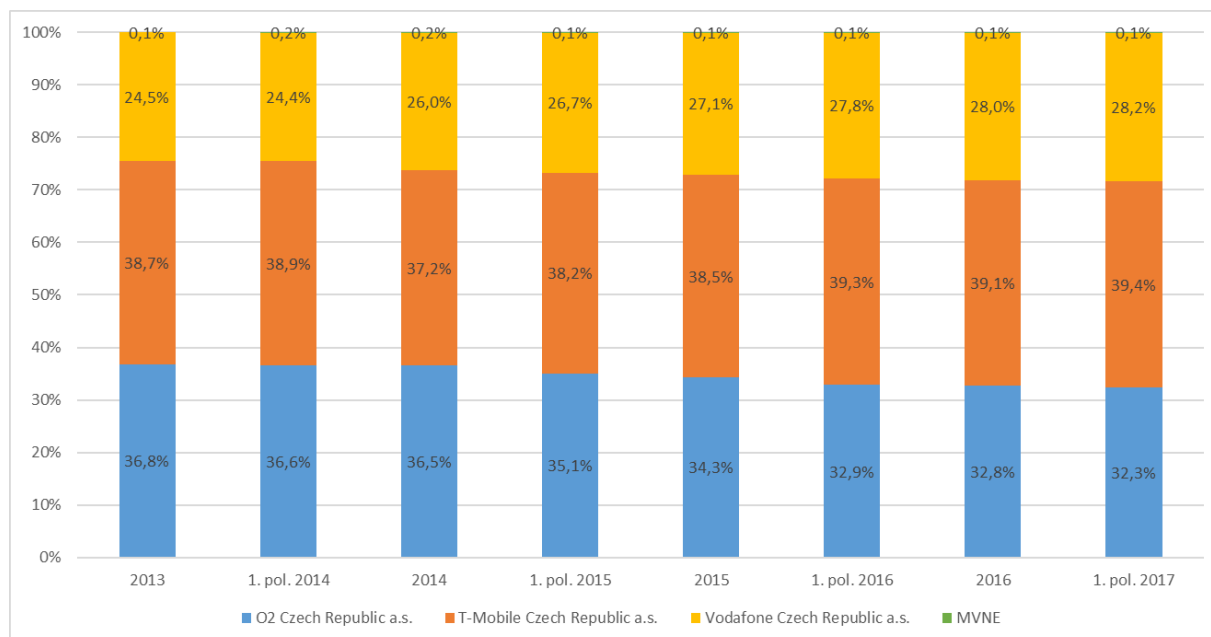
Z pohledu počtu odeslaných SMS, bez zahrnutí samozásobení, byla k 30. červnu 2017 opět největším velkoobchodním poskytovatelem společnost O2 s tržním podílem 81,9 %. Z hlediska prodeje majetkově nepropojeným MVNO je její tržní podíl 7,8 %. Následuje společnost Vodafone – 10,9 %. Z hlediska prodeje majetkově nepropojeným MVNO je její tržní podíl 10,8 %. Další v pořadí je T-Mobile s 5,4 %. MVNE dosahují tržního podílu 1,7 %. Pokud by bylo do tržních podílů zahrnuto i samozásobení, tak největší tržní podíl na velkoobchodním trhu má společnost T-Mobile s 39,4 %, poté společnosti O2 – 32,3 % a Vodafone 28,2 %. Tržní podíl MVNE je 0,1 %, jak ukazují Graf č. 27 a Graf č. 28.

Graf č. 27: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě počtu odeslaných SMS, včetně velkoobchodního přeprodeje bez zahrnutí samozásobení (k 30. 6. 2017)



Zdroj: ČTÚ

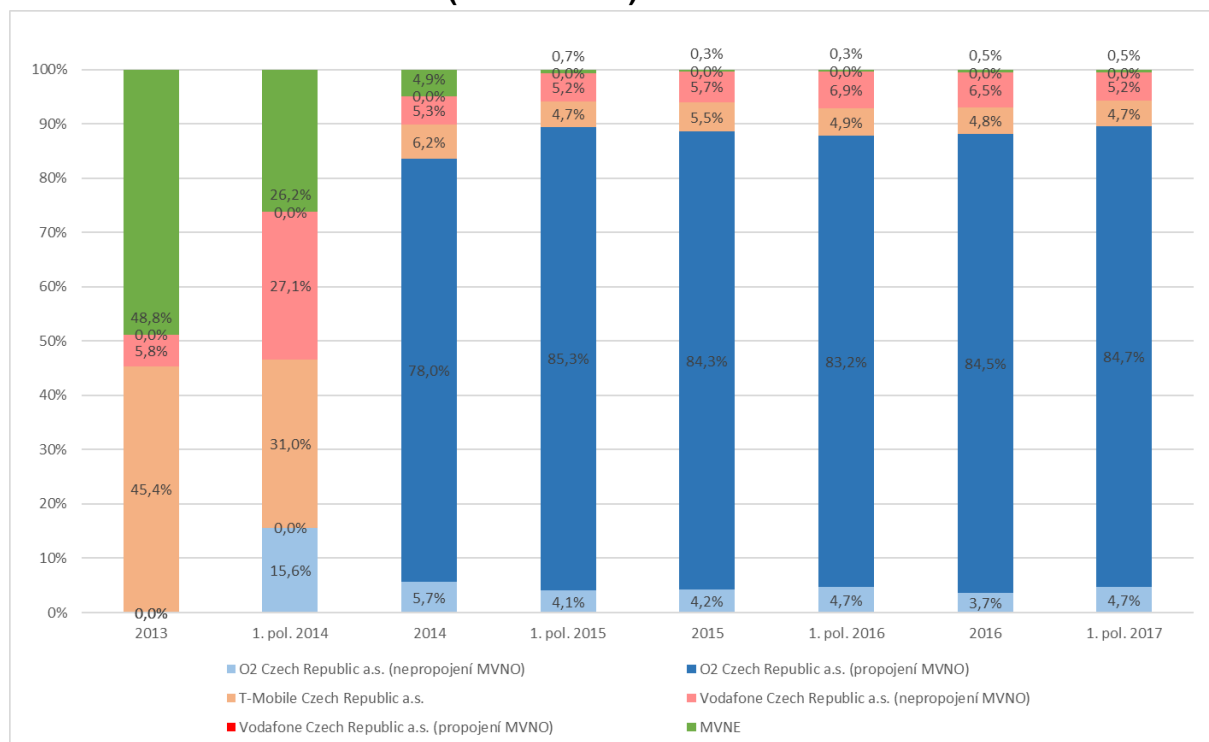
Graf č. 28: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě počtu odeslaných SMS, včetně velkoobchodního přepraveje se zahrnutím samozásobení (k 30. 6. 2017)



Zdroj: ČTÚ

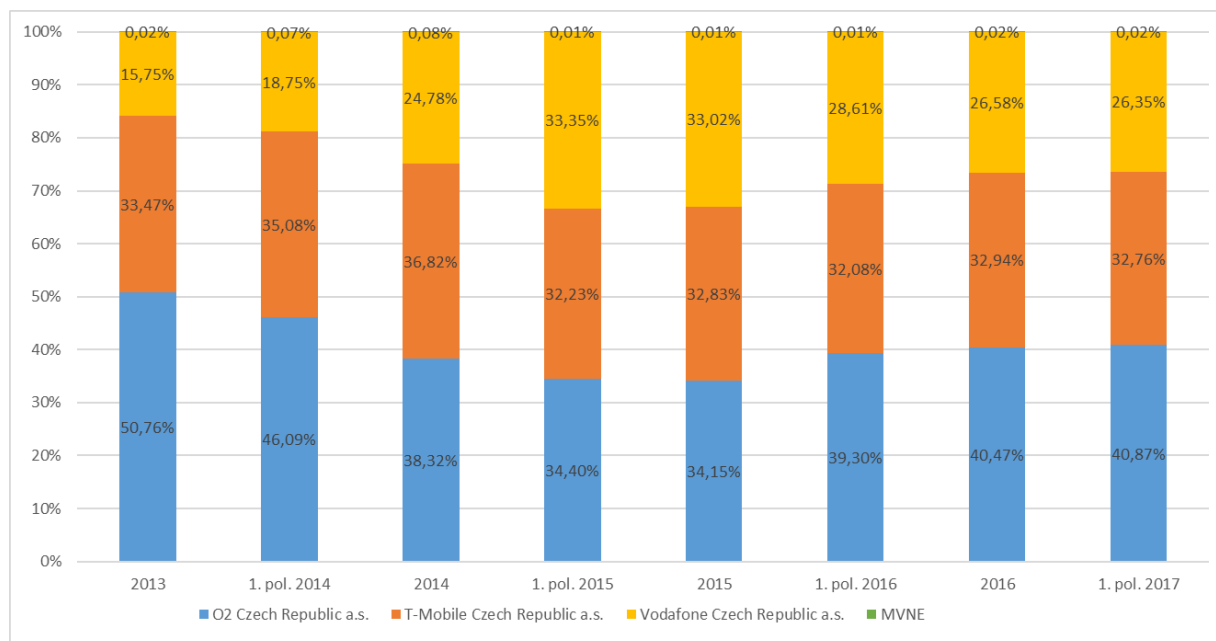
Na základě objemu přenesených dat, bez zahrnutí samozásobení, je největším poskytovatelem společnost O2 s tržním podílem 89,5 %. Z hlediska prodeje majetkově nepropojeným MVNO je její tržní podíl 4,7 %. Následuje společnost Vodafone se 5,2 %, společnost T-Mobile s 4,7 % a MVNE s 0,5% podílem. Se zahrnutím samozásobení má společnost O2 největší tržní podíl – 40,9 %, T-Mobile 32,8 % a Vodafone 26,4 %. MVNE mají 0,02 %, jak ukazuje Graf č. 29 a Graf č. 30. Pokud Úřad srovná data za období poloviny roku 2017 z Grafu č. 29, tedy že objem velkoobchodně nakoupených dat je u majetkově propojených a nepropojených MVNO v poměru 5,8 : 1, s daty o počtech SIM karet majetkově propojených a nepropojených MVNO na segmentu A (poměr 2,1 : 1) a na segmentu B (poměr 0,17 : 1), je patrná značná disproporce mezi velkoobchodně nakupovanými daty ze strany majetkově propojených a nepropojených MVNO s ohledem na počet SIM karet, které mají v segmentech A a B. Z uvedených hodnot vyplývá, že majetkově propojení MVNO nakupují na velkoobchodním trhu zhruba šestnásobný objem dat oproti majetkově nepropojeným MVNO, přičemž mají vyšší počet SIM karet (a to jen zhruba dvojnásobný) pouze v segmentu A (v segmentu B mají nižší počet SIM). Lze tedy konstatovat, že SIM karty majetkově propojených MVNO v segmentu A mají zhruba trojnásobnou spotřebu dat oproti SIM kartám majetkově nepropojených MVNO. V segmentu B je tato disproporce ještě větší.

Graf č. 29: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě objemu přenesených dat, včetně velkoobchodního přeprdeje bez zahrnutí samozásobení (k 30. 6. 2017)



Zdroj: ČTÚ

Graf č. 30: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě objemu přenesených dat, včetně velkoobchodního přeprdeje se zahrnutím samozásobení (k 30. 6. 2017)



Zdroj: ČTÚ

Závěr: Úřad uvádí, že z výše uvedených grafů vyplývá, že vliv MVNE na velkoobchodní trh je velmi omezený. Tržní podíl MVNO bez zahrnutí samozásobení na základě objemu

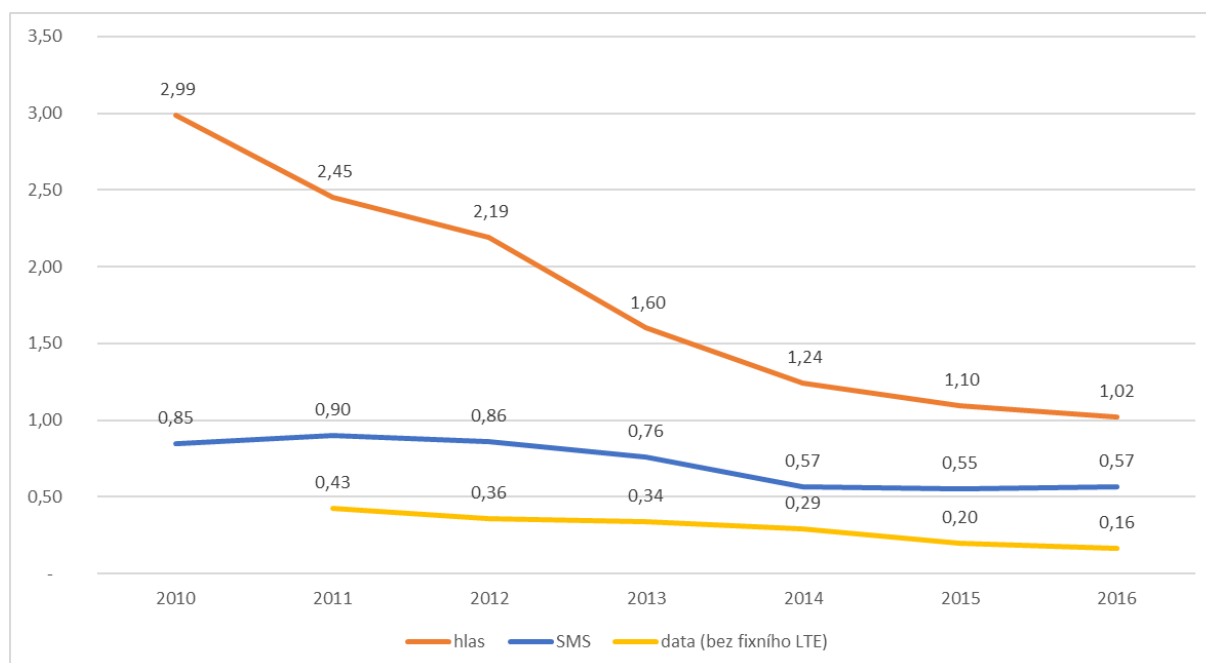
originovaných minut včetně velkoobchodního přeprodeje je 2,1 %, tržní podíly na základě počtu odeslaných SMS činí 1,7 % a tržní podíl na základě objemu přenesených dat je 0,5 %. Tržní podíly jednotlivých MNO se zahrnutím samozásobení zejména u spotřeby dat jsou ve sledovaném období dynamické, což může být projevem konkurence mezi samotnými MNO.

Vývoj cen

Maloobchodní trh

Zobrazit jednoduchým a transparentním způsobem vývoj cen za služby v mobilní síti, zvláště za služby, které jsou nabízeny jako součásti Mobilních tarifů s daty (hlas + SMS + data, není vzhledem k měnícím se parametrům služeb, nabídce nových služeb a zániku těch starých, jednoduché. Dále je potřeba upozornit, že k vytvoření velkoobchodního trhu, na kterém jsou prodávány služby MVNO a MVNE došlo na přelomu let 2012 a 2013 a všechny komerčně uzavřené dohody jsou tak stále relativně nové. Proto vývoj cen v delším časovém období lze sledovat pouze na souvisejícím maloobchodním trhu. Pro posouzení dlouhodobého vývoje cenové hladiny na maloobchodním trhu uvádí Úřad v Graf č. 31 vývoj průměrného maloobchodního výnosu na 1 minutu volání, 1 odeslanou SMS a 1 MB přenesených dat v mobilních sítích v období let 2010 – 2016.

Graf č. 31: Vývoj průměrných maloobchodních cen v Kč bez DPH (za min./SMS/MB)



Zdroj: ČTÚ

Z grafu je patrný celkový pokles cenové hladiny na trhu mobilních služeb, který byl zapříčiněn jak vstupem nových subjektů na trh (MVNO), tak i uvedením nových tzv. neomezených tarifů všemi síťovými operátory v průběhu dubna 2013. Postupně vstupovali na maloobchodní trh i MVNO s obdobnými nabídkami paušálních (post-paid) tarifů. Cenová hladina výrazně klesla i u předplacených (pre-paid) služeb, které jsou určené spíše skupinám uživatelů s nižší spotřebou mobilních služeb. Jen za posledních 6 let průměrná cena za volání klesla o 66 % na 1,02 Kč/minutu a průměrná cena za odeslanou SMS o 33 % na 0,57 Kč/SMS. Cena přeneseného 1 MB dat v mobilní síti (na celkovém objemu přenesených dat) za

posledních 5 let klesla o 62 % na 0,16 Kč/1 MB. Dále Úřad zkoumal ceny mezi skupinou síťových a virtuálních operátorů, jak ukazuje Tab. č. 6.

Tab. č. 6: Průměrná maloobchodní cena (v Kč bez DPH) mobilních služeb k 31. 12. 2016

Průměrná cena	Volání (Kč/min.)	SMS (Kč/SMS)	Data (Kč/MB)
Trh	1,02	0,57	0,16
MNO	1,02	0,58	0,16
MVNO	1,02	0,35	0,15
MVNO bez O2 Family OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ	■	■	■
O2 Family OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ	■	■	■

Zdroj: ČTÚ

Průměrná cena 1 minuty volání u MNO dosahuje 1,02 Kč za minutu, což je i průměrná cena na trhu. Průměrná cena u MVNO je rovněž 1,02 Kč/minuta volání. U SMS MNO mají lehce vyšší cenu (0,58 Kč/SMS), než je průměr na trhu (0,57 Kč/SMS) i než je průměrná cena u MVNO (0,35 Kč/SMS). Průměrná cena za jeden přenesený MB⁵⁹ (za služby zařazené do vymezení trhu) byl u MNO stejný jako průměr trhu – 0,16 Kč/1 MB, což je i průměrná cena u MNO. U MVNO je průměrná cena nepatrně nižší – 0,15 Kč/1 MB. Úřad k tomuto nicméně dodává, že tato průměrná cena u MVNO je výrazně ovlivněna majetkově propojeným MVNO O2 Family. Při jeho nezohlednění by cena za 1 MB u MVNO vycházela na **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** ■ Kč.

Situace na jednotlivých segmentech

Nabídky na segmentu A se prodávají jako balíček služeb a nelze tedy vypočítat průměrné ceny za jednotlivé služby, proto se Úřad rozhodl pro porovnání měsíčních výnosů na jednoho uživatele (ARPU) pro jednotlivé podsegmenty. Jak ukazuje Tab. č. 7 celkové ARPU pro segment A1 – domácnosti se pohyboval za rok 2016 na 351 Kč. U segmentu A2 – firemní zákazníci bylo ARPU 234 Kč, což naznačuje vyšší konkurenční tlaky na segmentu A2, kde ARPU je nižší, ale spotřeba vyšší, jak dokazuje Tab. č. 3. U mobilního internetu je situace odlišná. U segmentu B1 – domácnosti bylo ARPU za rok 2016 196 Kč, což bylo méně, než u segmentu B2 – firemní zákazníci – 213 Kč. Tento rozdíl může být způsoben především výrazně nižší spotřebou dat u segmentu B1, proto mohlo ARPU vyjít též nižší.

Tab. č. 7: Měsíční ARPU (v Kč bez DPH) za jednotlivé segmenty

Segment	ARPU
A1	351
A2	234
B1	196
B2	213

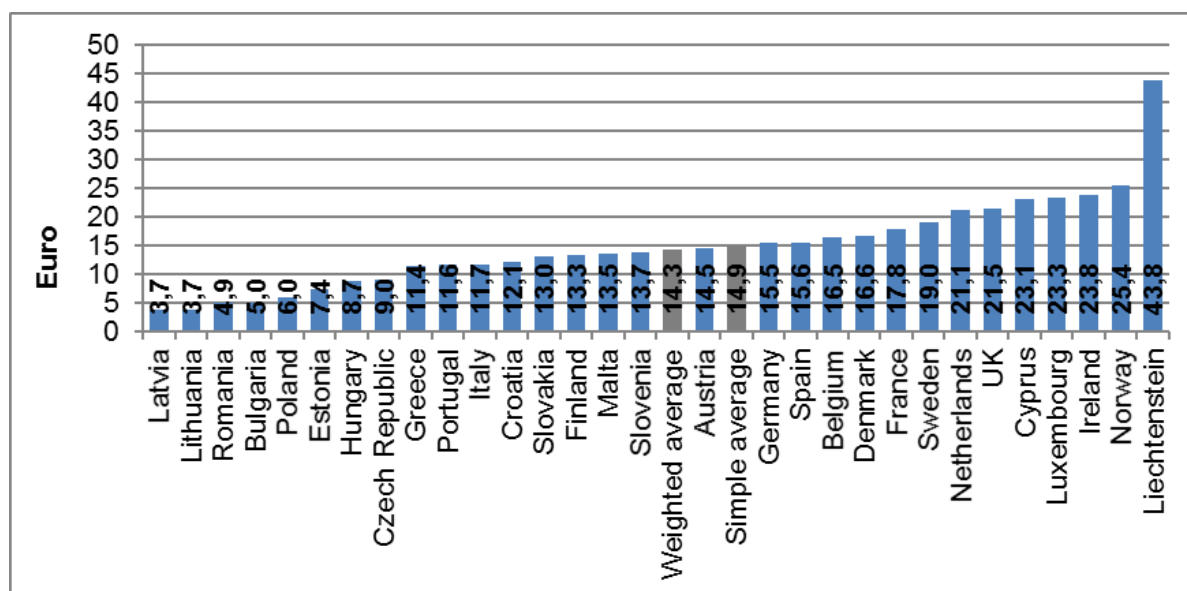
⁵⁹ Z výpočtu průměrné ceny za 1 MB byl v tomto případě vyloučen objem dat přenesený prostřednictvím služeb Mobilního internetu na doma (tzv. nomádní či fixní služby přístupu k internetu prostřednictvím mobilních sítí) včetně příslušných tržeb. Z důvodu nedostupnosti potřebných dat, v rámci sběru dat Úřadu, pro tento výpočet v období předcházejících roku 2016 nemohl být tento ukazatel zahrnut do vývoje viz Graf č. 31.

Zdroj: ČTÚ

Mezinárodní srovnání

Dále se Úřad zabýval mezinárodním srovnáním. Jako vhodné se jeví srovnání ARPU. BEREC (Body of European Regulators of Electronic Communications) připravuje srovnání ARPU mezi jednotlivými zeměmi Evropského hospodářského prostoru (EHP). Jak ukazuje Graf č. 32 ARPU v České republice se v roce 2015 pohybovalo pod průměrem zemí EHP.

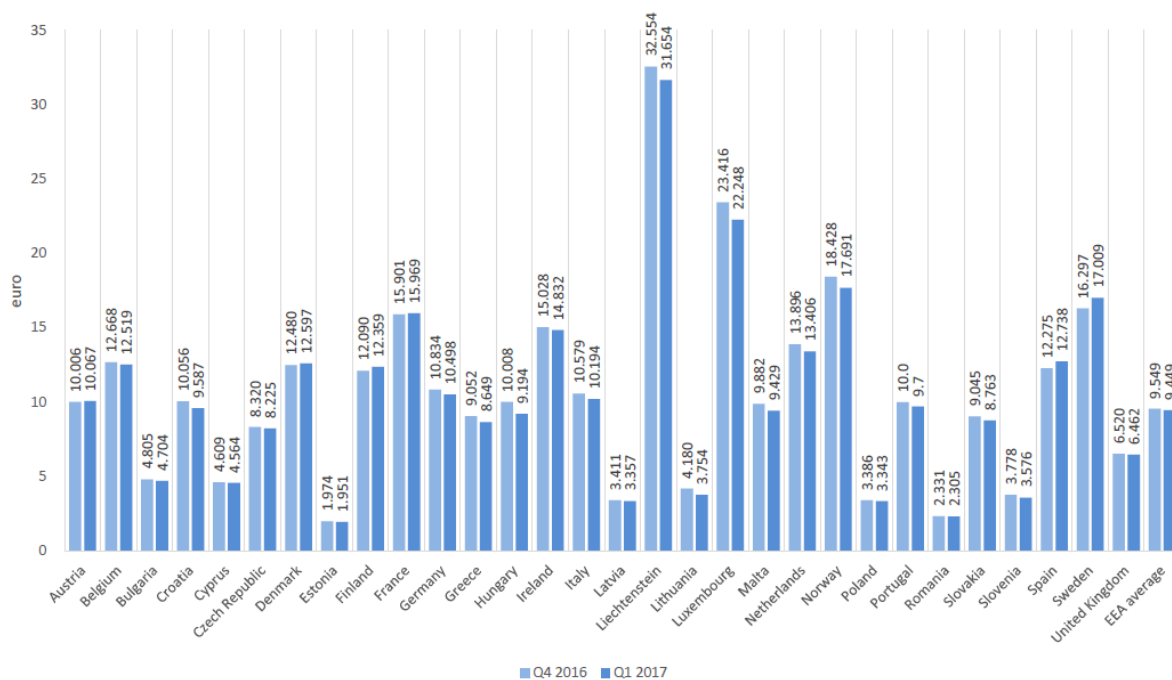
Graf č. 32: Měsíční ARPU (v EUR bez DPH) v zemích EHP v roce 2015



Zdroj: BEREC Report on the wholesale roaming market (2016)

Dále Úřad uvádí i aktuálnější údaje ze zprávy BEREC za období posledního čtvrtletí roku 2016 a první čtvrtletí roku 2017. Jak ukazuje Graf č. 33 Česká republika, z pohledu ARPU se nachází lehce pod průměrem zkoumaných zemí. V 1. kvartále roku 2017 dosahoval ARPU hodnoty 8,2 EUR, kdežto průměr EHP byl 9,4 EUR.

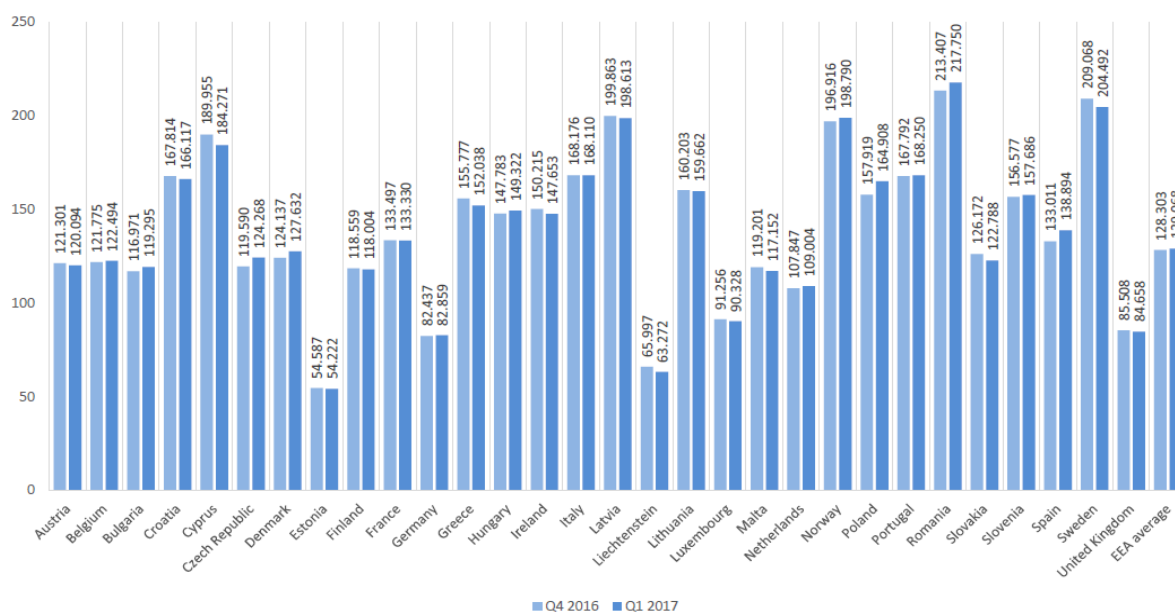
Graf č. 33: Vývoj měsíčního ARPU (v EUR bez DPH) v jednotlivých zemích EHP



Zdroj: BEREC

Při srovnávání ARPU je potřeba i srovnat samotnou spotřebu jednotlivých služeb na mobilním trhu. Graf č. 34 ukazuje průměrný měsíční počet originovaných minut na jednoho zákazníka v rámci EHP. V České republice se průměrný počet originovaných minut k 1. kvartálu roku 2017 pohyboval na hodnotě 124 minut na jednu SIM kartu. Průměr za EHP činil 129.

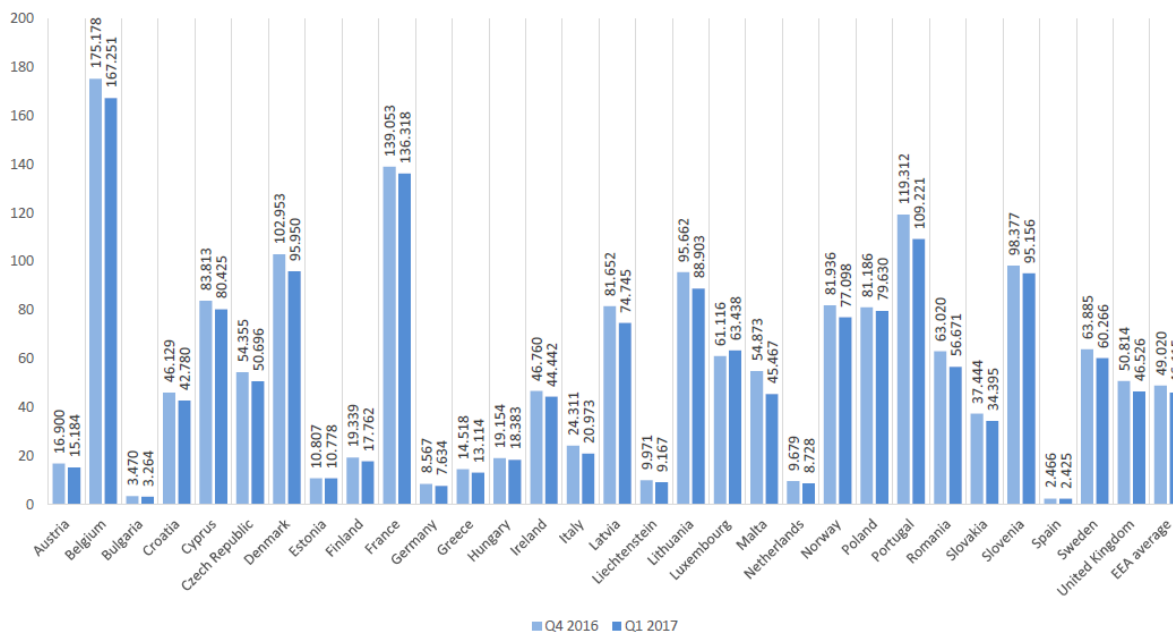
Graf č. 34: Průměrný měsíční počet originovaných minut na jednoho zákazníka



Zdroj: BEREC

Graf č. 35 ukazuje průměrný počet odeslaných SMS jedním zákazníkem za jeden měsíc. V České republice průměrně zákazník odeslal 51 SMS, průměr EHP k 1. kvartálu roku 2017 byl 46.

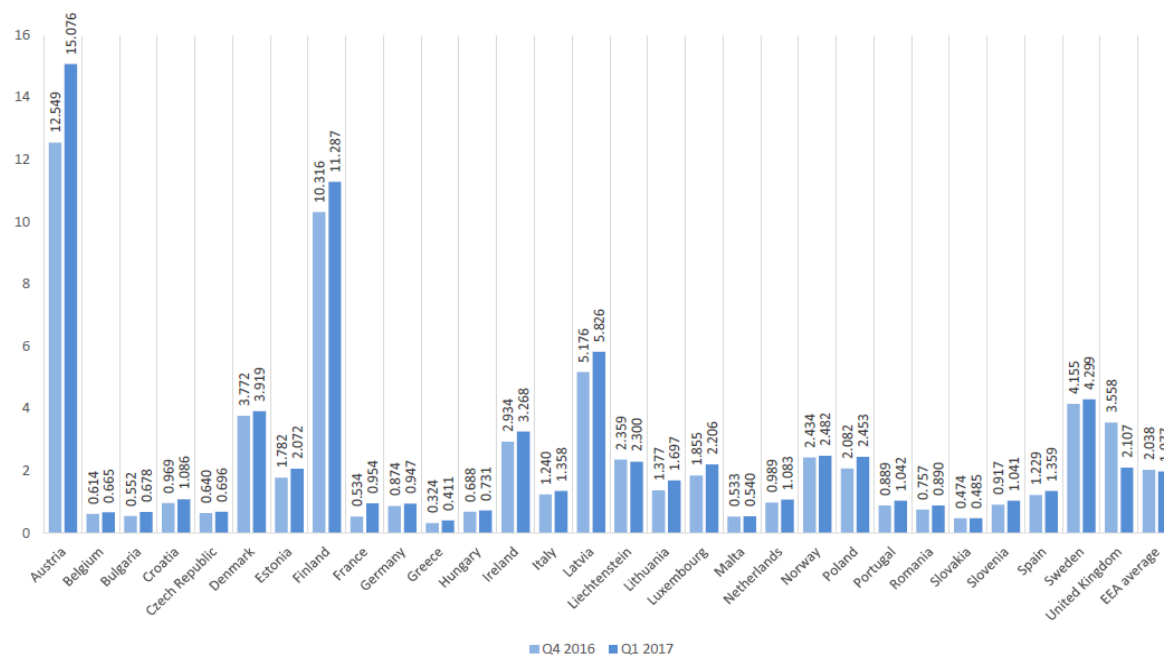
Graf č. 35: Průměrný měsíční počet odeslaných SMS na jednoho zákazníka



Zdroj: BEREC

Co se týče spotřeby dat, tak v České republice průměrný zákazník spotřeboval 0,7 GB dat. Průměrná spotřeba v EHP byla k 3. kvartálu 2016 1,98 GB.

Graf č. 36: Průměrná měsíční spotřeba dat na jednoho zákazníka v GB



Zdroj: BEREC

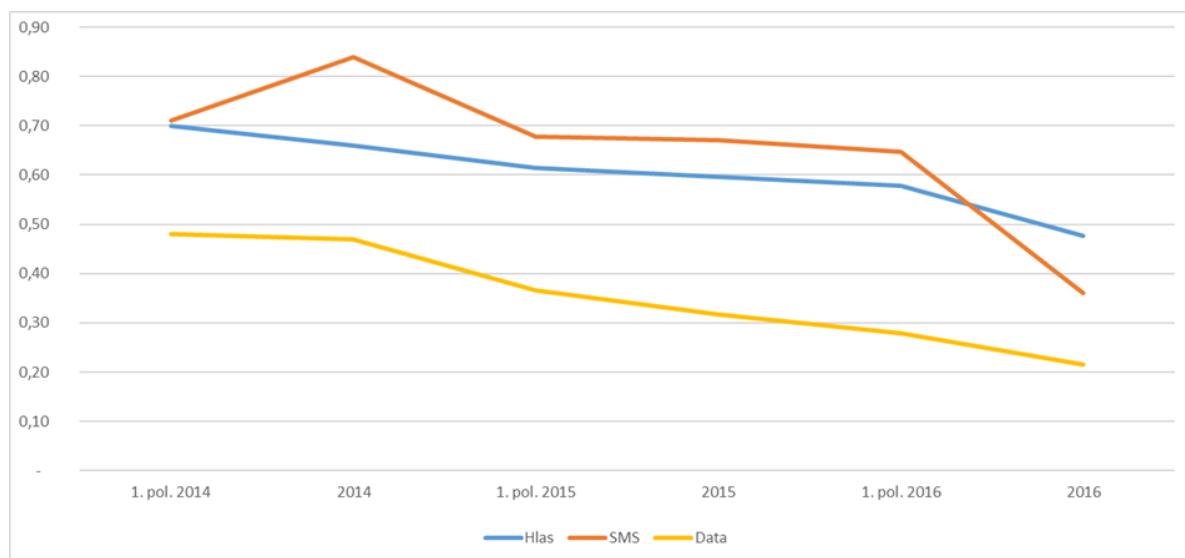
Výše uvedené mezinárodní srovnání naznačuje, že mobilní služby v ČR nejsou nabízeny za diametrálně odlišných podmínek. ARPU v ČR za dané období je lehce pod průměrem zemí EHP, počet originovaných minut je mírně pod průměrem EHP, naopak počet odeslaných SMS je lehce nad průměrem EHP. Nejvýznamnější rozdíl je možno pozorovat u průměrné spotřeby dat na jednoho zákazníka, kdy průměrná spotřeba dat na jednoho zákazníka je pod průměrem EHP, a to konkrétně o cca 65 %.

Úřad zkoumal ceny v rozlišení podle typu zákazníků u domácností a firemních zákazníků. Segment domácností má při srovnatelné spotřebě jako segment firemních zákazníků vyšší ARPU (až o 50 %). Příčinou jsou vyšší ceny pro segment domácností (rezidentů), daný vyšší vyjednávací a kupní silou firemních zákazníků a z toho vyplývající vyšší úrovní konkurence při soutěži o tento typ zákazníků. Úřad má za to, že i bez působení MVNO na této části trhu je zajištěna dostatečná míra konkurence samotnými MNO. Část trhu tvořená firemními zákazníky je tak dle Úřadu v současné době předmětem silné infrastrukturní konkurence (ze strany MNO) a vstup MVNO na tuto část trhu již pravděpodobně neskýtá žádný potenciál pro další pokles cen. Úřad je tak přesvědčen, že pro regulační zásah přinejmenším v této části trhu (firemní zákazníci) tak již není prostor. Co se týče segmentu domácností, zde Úřad konstatuje, že na tomto segmentu působí velké množství MVNO, kteří ač nemají vysoký tržní podíl, i tak tvoří konkurenční tlaky na síťové operátory, a jak ukazuje Graf č. 7, průměrná cena za 1 originovanou minutu hovoru klesá u obou segmentů, tedy i u segmentu domácností, což svědčí o konkurenci na segmentu domácností. V jejíž prospěch svědčí i rozdílné ARPU (viz tabulka č. 3 a 4) u jednotlivých MNO.

Velkoobchodní trh

Dále se Úřad zabýval vývojem cen na velkoobchodním trhu. Vývoj průměrné velkoobchodní ceny za jednotlivé mobilní služby ukazuje Graf č. 37. Průměrná cena za 1 MB za dva a půl roku klesla o 55 % na 0,22 Kč bez DPH, stejně tak klesla cena za 1 SMS o 49 % na 0,36 Kč bez DPH a rovněž klesla cena za 1 minutu volání o 32 % na 0,48 Kč bez DPH. Zde je potřeba poznamenat, že do vývoje průměrných velkoobchodních cen Úřad nemohl zahrnout údaje za společnost O2 (největšího velkoobchodního poskytovatele mobilních služeb), jelikož tato společnost nebyla do roku 2016 schopna, s ohledem na cenovou strukturu svých velkoobchodních nabídek (smluv), rozdělit velkoobchodní tržby dle jednotlivých služeb. Úřad je proto schopen vykázat průměrné velkoobchodní ceny jednotlivých mobilních služeb za celý trh (tedy i se zahrnutím O2) až za rok 2016, kdy Úřad společnosti O2 stanovil metodiku, jak tržby za jednotlivé služby vykazovat. Tyto údaje Úřad až následně mohl zahrnout do posouzení cenové úrovně na velkoobchodním trhu, viz Tab. č. 8. Úřad k níže uvedenému vývoji průměrných velkoobchodních cen uvádí, že tyto průměrné ceny za jednotlivé služby (volání, SMS, data) je nutno při porovnání s vývojem průměrných maloobchodních cen vnímat jako jednotlivé komponenty, ze kterých se skládá výsledná maloobchodní služba, která je nabízena za jednu společnou cenu (za balíček služeb). Poměr mezi maloobchodní a velkoobchodní cenou těchto jednotlivých složek služby tak nemusí zcela vypovídat o (ne)schopnosti replikovat nabídky na maloobchodním trhu. Posouzením replikovatelnosti nabídek se Úřad zabýval již v rámci kapitoly 5.1.3 Jiné překážky.

Graf č. 37: Vývoj průměrné velkoobchodní ceny (v Kč bez DPH) za jednotlivé mobilní služby v Kč/minuta, SMS, či MB



Zdroj: ČTÚ

Tab. č. 8: Průměrné velkoobchodní ceny (v Kč bez DPH) za jednotlivé mobilní služby v Kč/minuta, SMS, či MB v roce 2016

Průměrná VO cena	Volání (Kč/min.)	SMS (Kč/SMS)	Data (Kč/MB)
Trh	0,48	0,36	0,22
Trh bez O2 Family OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ	■	■	■
O2 Family OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ	■	■	■

Zdroj: ČTÚ

Závěr: Úřad z výše popsaného konstatuje, že na maloobchodním trhu docházelo k dlouhodobému poklesu průměrných cen za mobilní služby na obou segmentech – A i B, a tento vývoj považuje za znak fungujícího konkurenčního prostředí. Především u dat lze tento fakt doložit i zvyšujícím se objemem přenesených dat (viz Graf č. 38) za současně se snižující průměrné ceny za 1 MB dat (viz Graf č. 31). Pokles cenové hladiny probíhá i na velkoobchodním trhu, kdy lze od roku 2014 sledovat klesající jednotkovou cenu jak u hlasových a SMS služeb, tak u datových služeb (viz Graf č. 37). Z mezinárodního srovnání lze vyzorovat, že v ČR nejsou nabízeny mobilní služby na maloobchodním trhu za výrazně odlišných podmínek. ARPU v ČR je lehce nad průměrem zemí EHP, zároveň však i počet originovaných minut je nad průměrem EHP, podobně jako počet odeslaných SMS. Na druhou stranu průměrná spotřeba dat na jednoho zákazníka je pod průměrem EHP.

Vývoj trhu

Úřad se zaměřil na to, zda je pravděpodobné, že překážky vstupu na oba segmenty budou v případě neuplatnění regulace stále přetrvávat. To je, zda v daném odvětví došlo k častým a úspěšným vstupům na trh a zda tyto vstupy jsou nebo v budoucnu pravděpodobně budou dostatečně rychlé a trvalé tak, aby omezily sílu největších subjektů na trhu.

Po předchozích a často i opakovaných neúspěšných pokusech o vstup na mobilní trh, byla uzavřena první smlouva o zřízení MVNO až v roce 2013. Od okamžiku uzavření první smlouvy o zřízení MVNO prošel trh bouřlivým vývojem. V České republice k 30. červnu 2017 působilo 155 MVNO poskytující mobilní služby. Z toho na segmentu A působilo 115 MVNO a na segmentu B 27, zbylí MVNO poskytovali mobilní služby bez datových služeb.

Úřad považuje růst počtu MVNO, s ohledem na zkušenosti v celé EU, za přirozený. Případná snaha MNO o přibrzdění rozvoje MVNO či přímo jejich vytlačení z trhu by měla být zvrácena existencí povinností MNO jednat se všemi zájemci o využití Velkoobchodní (LTE) nabídky na základě závazků z aukce, a to za podmínek, včetně cenových, umožňujících stejně efektivnímu operátorovi (MVNO) ziskové podnikání na podřazeném trhu. Tento závazek obsahuje současně povinnost zveřejnění referenčních nabídek k síti LTE pro Full MVNO. V současné době na trhu probíhá proces etablování nových subjektů jak na maloobchodním trhu (MVNO), tak na trhu velkoobchodním (MVNE) skrze všechny segmenty. Úřad předpokládá, že dojde jak k posilování tržní pozice některých MVNO, tak i oslabování a fúzí, akvizicím a ukončení činnosti některými z těchto subjektů. Přesto Úřad nemá obavu, že by MVNO ve velkém opouštěli trh ve výhledu časového vymezení této analýzy, proto lze současný i předpokládaný vývoj na všech segmentech hodnotit pozitivně pro koncového účastníka, a to jak z pohledu rozšíření nabídky, tak i poklesu cen.

Dále se Úřad zabýval i dalšími vlivy na maloobchodním trhu, které mohou do jisté míry ovlivňovat výrazně vývoj na trhu. Mezi ně lze zařadit OTT služby a balíčky služeb.

OTT služby⁶⁰

Díky rozvoji OTT služeb dochází k nárůstu poptávky ze strany koncových uživatelů po mobilních službách. Tyto služby by ovšem mohly mít narušující vliv na současné obchodní modely provozovatelů infrastruktury, protože mnoho z těchto služeb je nabízeno zdarma⁶¹. Technologický vývoj (rozvoj LTE a chytrých mobilních telefonů) bude mít pravděpodobně za následek další rozšíření OTT služeb. V některých případech mohou provozovatelé infrastruktury vyvinout své vlastní OTT služby. Nicméně některé OTT služby stále čelí omezení, jakým je např. požadavek, aby oba uživatelé byli připojeni současně apod. Lze však předpokládat, že význam těchto služeb bude i nadále růst a budou mít čím dál větší vliv zejména na maloobchodní úrovni (jak na charakter nabídek, tak na chování zákazníků a jejich spotřebu). Ovšem toto omezení se týká zejména hlasových a SMS služeb. Data nelze OTT službami substituovat, a naopak bude docházet v budoucnu k zvyšující se poptávce po připojení k internetu a poskytovatelé OTT služeb budou stále vyžadovat základní infrastrukturu pevných a mobilních sítí.

Balíčky služeb

Balíčky služeb získávají na popularitě v celé Evropské unii, i když jejich rozšíření se liší mezi jednotlivými členskými státy. Podle Eurobarometer⁶², necelá polovina domácností v EU (46 %) využívala k lednu 2014 nějaký druh balíčku. V České republice se jedná o 23 % domácností. Balíčky nabízené na maloobchodní úrovni mohou být složeny jak z regulovaných, tak i neregulovaných velkoobchodních vstupů (např. televizní vysílání).

⁶⁰ Over the top (OTT) služby nejsou nikde definovány a nemají žádný právní status. Obecně však OTT služba lze definovat jako obsah, služba nebo aplikace, která je poskytována koncovému uživateli přes síť Internet. Jedná se například o neřízený VoIP, posílání zpráv, video konference, ale i netelekomunikační služby jako například Spotify, Netflix, Airbnb nebo Uber.

⁶¹ Uživatel však musí mít přístup k internetu.

⁶² Special Eurobarometer 414, E-communications and telecom single market household survey, report, January 2014, str. 66.

Vysokou míru penetrace lze spatřit zejména u přístupu k širokopásmovému připojení a hlasových služeb, jak v pevném místě, tak především v mobilních sítích, kde se velmi často nabízí datový balíček společně s hlasovými a SMS službami. Právě díky nabídkám balíčků služeb se zvyšuje počet přístupů k internetu, což naznačuje, že koncoví uživatelé oceňují i další možnosti širokopásmového přístupu, jako IPTV služby a jiné.

Závěr: Na základě existence velkoobchodní nabídky a vstupů nových subjektů na maloobchodní i velkoobchodní trh Úřad konstatuje, že kritérium chování trhu a pobídky hovoří v neprospěch předpokladu, že překážky vstupu budou v případě neuplatnění regulace stále přetrvávat.

Bariéry růstu

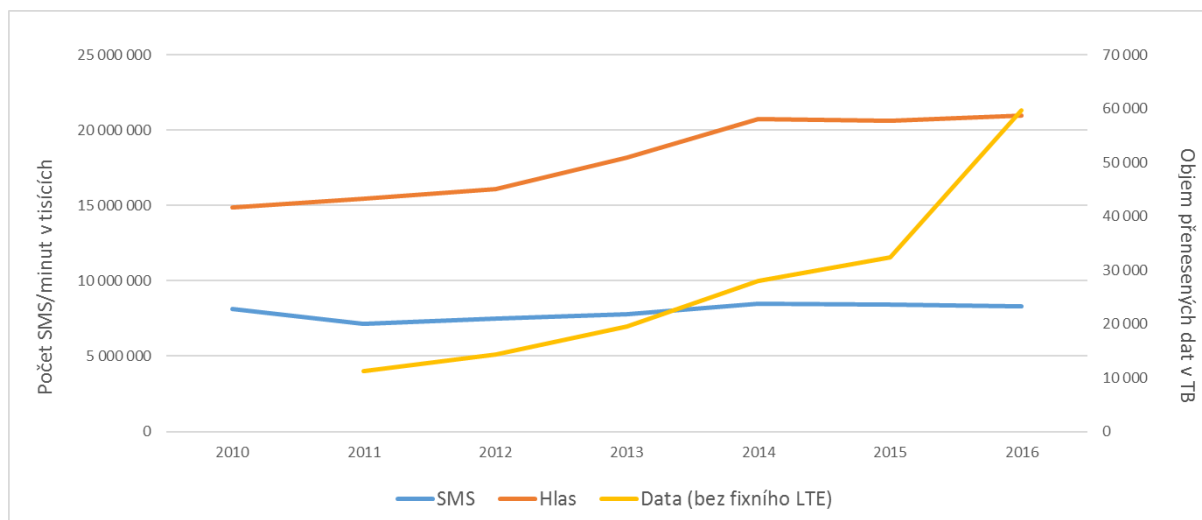
V kritériu bariéry růstu hodnotí Úřad charakter vymezeného trhu s ohledem na další perspektivu jeho rozvoje, tedy zda existuje potenciál jeho dalšího růstu, který by mohl motivovat ke vstupu nové subjekty, či zda naopak existují bariéry jeho rozvoje.

V současné době je možno označit růst celého trhu mobilních služeb, za intenzivní, a to jak u segmentu A, kde lze spatřit za poslední roky výrazný nárůst spotřebitelů, tak i u segmentu B, kde počet zákazníků neroste, ale výrazně roste jejich spotřeba dat. Na straně nabídky dochází k zefektivňování ve využívání přírodních zdrojů (disponibilních frekvencí), a to jak poměrně rychlým rozvojem nových generací mobilních sítí (rychlá výstavba LTE), tak přechodem ze stávajících sítí GSM/UMTS na síť LTE (viz v minulosti LTE v 900 MHz resp. 1 800 MHz).

Z níže uvedeného grafu je patrné, že od roku 2010 dochází na maloobchodním trhu k výraznému růstu objemu přenesených dat, přičemž největší nárůst lze pozorovat v období po roce 2014. Rovněž dochází k mírnému růstu originovaných minut a k stagnaci růstu počtu odeslaných SMS. Lze předpokládat, že růst objemu přenesených dat stejně jako počtu originovaných minut je způsoben faktem, že velká část zákazníků, kteří svou spotřebu dříve omezovali, ji naopak v reakci na snížení cen (zejména zavedením tarifů s neomezeným voláním společně s datovým balíčkem⁶³ v první polovině roku 2013) výrazně navýšili, a to již v průběhu roku 2013. Další vliv, především na růst objemu přenesených dat, měl rozvoj mobilních sítí (LTE) po roce 2014. A zároveň Úřad předpokládá další růst objemu přenesených dat s ohledem na vývoj na trhu mobilních služeb od druhého čtvrtletí roku 2017, kdy byly ze strany poskytovatelů (zejména síťových operátorů) představeny nové mobilní tarify s daty, datové tarify, datové balíčky s výrazně vyššími objemy dat a v druhé polovině roku také speciální balíčky (StreamOn, Vodafone Pass) pro neomezenou spotřebu hudby, videa, obsahu sociálních sítí, případně komunikace prostřednictvím OTT komunikačních kanálů.

⁶³ Stanoveným na základě FUP limitu.

Graf č. 38: Vývoj počtu SMS, minut a objemu přenesených dat v letech 2010-2016



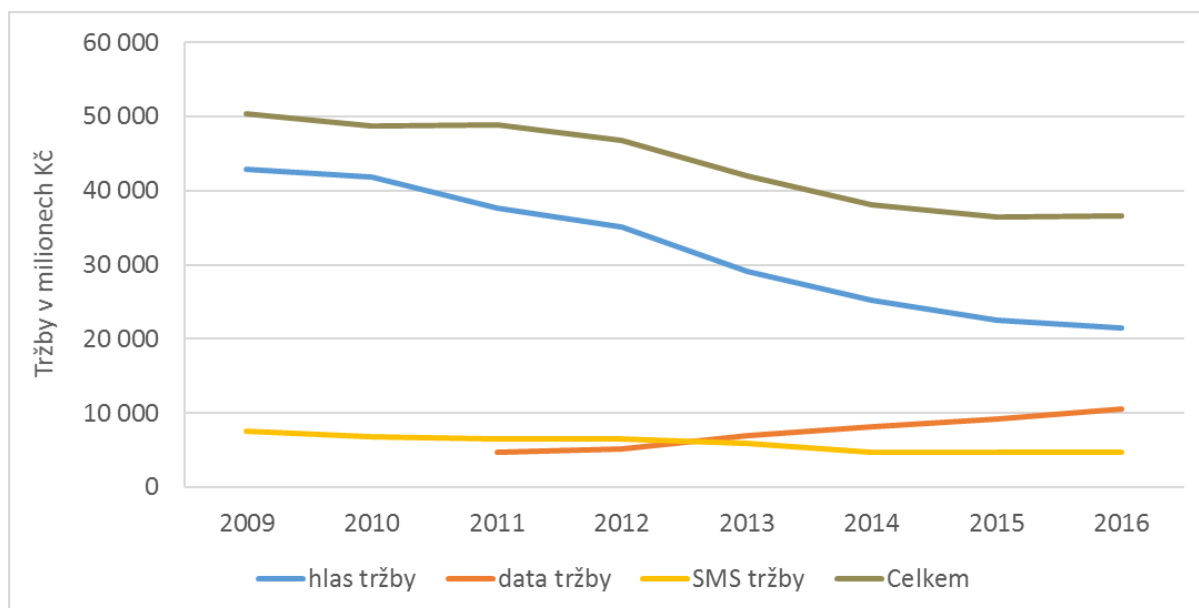
Zdroj: ČTÚ. Odečet objemu dat za fixní LTE pro rok 2015 učiněn na základě odhadu ČTÚ.

Na vývoj mobilních služeb bude mít v širším kontextu dlouhodobý vliv i přechod od klasických hlasových služeb k hlasovým službám poskytovaným v datových sítích. V této souvislosti je potřeba zmínit i vliv tzv. OTT služeb, díky kterým lze očekávat výrazný růst objemu přenesených dat.

Na mobilním trhu dochází i k výraznému růstu důležitosti datových služeb, a to i na úkor služeb hlasových nejenom z pohledu objemu přenesených dat, ale i z pohledu tržeb, jak ilustruje níže uvedený graf vývoje tržeb za hlasové a datové služby na maloobchodním trhu. Úřad očekává, že tento trend bude pokračovat i v následujícím období.

Vývoj tržeb za hlasové a datové služby za poslední roky dokumentuje následující graf.

Graf č. 39: Vývoj tržeb (v Kč bez DPH) za hlasové a datové služby na maloobchodním trhu



Zdroj: ČTÚ

Úřad konstatuje, že v současné době dochází k výraznému růstu důležitosti datových služeb. Úřad očekává, že tento trend bude pokračovat i ve sledovaném období, díky relativně nízké současné penetraci na obou segmentech.

Dokončování budování LTE sítí, spouštění LTE-Advanced a následná nabídka služeb pak bude nutně ovlivňovat i úroveň soutěžního prostředí na maloobchodním trhu a přeneseně trhu velkoobchodním. Rostoucí maloobchodní poptávka po službách s kvalitnějšími parametry pro datové připojení totiž může být (díky povinným referenčním nabídkám na LTE sítě, i obecné povinnosti jednat o poskytnutí Velkoobchodní/LTE nabídky) uspokojována i ze strany MVNO a tím jim poskytovat další možnost růstu.

Na druhou stranu Úřad si je vědom v současné době nižší využitelnosti povinných referenčních nabídek k sítím LTE, která vzhledem k nižší penetraci koncových terminálů neumožňuje oslovit celý trh s plošnou nabídkou hlasových a SMS služeb. Pro přístup ke stávající 2G sítí, zajišťující v převažující míře hlasové a SMS služby, spoléhají tuzemští MVNO na podmínky dojednané v rámci komerčně uzavřených smluv, které však, jak Úřad dokládá již výše, neumožňují zcela replikovat maloobchodní nabídky MNO a působit na všech segmentech trhu, zejména segmentu s vyšší poptávkou po datových službách. Právě tyto služby přitom Úřad považuje z hlediska dalšího vývoje za nejperspektivnější. Tato skutečnost pak brání jak dalšímu rozvoji stávajících MVNO, tak může odrazovat i další potenciální zájemce o vstup na trh ve formě MVNO.

Při hodnocení úrovně konkurence na trhu v ČR vzal Úřad v úvahu i poznatky z posuzování i jiných skutečností, kterým se Úřad věnoval samostatně, jako jsou sdílení sítí a problematika mobilního backhau.

Sdílení sítí

V únoru 2011 uzavřely společnosti O2 a T-Mobile smlouvu o sdílení UMTS sítě v dosud nepokrytých, venkovských, oblastech, na jejímž základě byla v témže roce zahájena výstavba infrastruktury. Projekt byl, jak bylo plánováno, dokončen v roce 2012. Společná infrastruktura zahrnuje vysílače, přičemž každý z operátorů vybudoval a spravuje polovinu z nich. Společnost O2 pokrývá východní část České republiky, zatímco společnost T-Mobile má na starost západní část České republiky.

Dne 29. října 2013 uzavřely společnosti O2 a T-Mobile dohodu⁶⁴, na jejímž základě bylo v první polovině roku 2014 postupně zahájeno sdílení mobilních GSM a UMTS sítí těchto společností. Dne 2. května 2014 obě společnosti uzavřely smlouvu i o sdílení sítí čtvrté generace (technologie LTE). Předmětem sdílení jsou pasivní síťové prvky (věže, střešní prostory – tzv. rooftopy) a aktivní technologie (radia, antény). Jedná se o sdílení na principu MORAN (Multi-Operator Radio Access Network). Ze sdílení je vyloučena páteří síť, kterou si oba operátoři zachovávají, včetně možnosti jejího vylepšení a modernizace. Oba operátoři deklarovali ve smlouvě, že nadále zůstanou samostatnými a nezávislými konkurenty, a to jak na velkoobchodním, tak i maloobchodním trhu. Uvedeným cílem spolupráce je rychlejší a kvalitnější pokrytí území 4G technologií než v případě, kdy by ke sdílení nedošlo. Úspory dosažené díky sdílení budou podle smlouvy reinvestovány do provozovaných sítí a poskytovaných služeb.

⁶⁴ Dohoda o sdílení sítí se skládá ze Smlouvy o sdílení sítí a z Rámcové smlouvy o pronájmu optických vláken a poskytování služeb určených přenosových linek. Obě byly uzavřeny 29. října 2013.

Sdílení sítí dvěma největšími mobilními síťovými operátory je podle názoru Úřadu skutečností, která může přinášet novou dynamiku do rozvoje služeb na maloobchodním trhu. Tento projekt má nepochybně potenciál přinést oběma operátorům úspory investičních a provozních nákladů, které mohou následně promítnout do kvalitnějších služeb případně nižších cen pro uživatele. Sdílení sítí tak může být přínosem pro koncové uživatele, kterému může přinést růst blahobytu. Sdílení sítí může rovněž vytvářet tlak na nezapojeného operátora, v našem případě společnost Vodafone, a nutit ho tím k větší efektivitě či rychlejším inovacím při nabídce svých služeb ve prospěch uživatelů. Jedním z efektů sdílení sítí tak může být i zintenzivnění konkurence na maloobchodním trhu. Uvedené lze v současné době pozorovat na kvalitě pokrytí území České republiky sítěmi 4G, které dosahuje 96,3 % a pokrytí obyvatelstva 99,8 %, kterého bylo dosaženo rychleji než podle povinných rozvojových kritérií, rychlosti zavádění nových služeb a technologií (např. služby Mobilního internetu na doma, VoLTE, VoWiFi, služby Vodafone Pass, StreamOn, zavádění eSIM apod.), a také na měnících se tržních podílech podle počtu SIM karet jednotlivých poskytovatelů. Lze konstatovat, že společnost Vodafone, jako do sdílení nezapojený operátor, mírně posiluje svou pozici na trhu, zatímco společnost O2, jako sdílející operátor, svou pozici na trhu, vyjádřenou dle počtu SIM karet, ztrácí.

Úřad hodnotil sdílení sítí z krátkodobého hlediska a svoje [závěry zveřejnil na webových stránkách](#)⁶⁵. Hodnocení je tak toliko hodnocením Úřadu a nepředjímá, jakkoliv výsledky šetření tohoto případu Evropskou komisí – Generálním ředitelstvím pro hospodářskou soutěž (DG Competition), která posuzuje sdílení sítí obecně, tedy i v dlouhodobém horizontu.

Minimálně do současné doby však Úřad žádné negativní dopady neidentifikoval – tržní podíl společnosti Vodafone v čase roste, společnosti O2 a T-Mobile mají na maloobchodním i velkoobchodním trhu rozdílné nabídky, různým tempem zavádějí ve svých sítích nové služby a technologie. Uvedené bylo rovněž potvrzeno výše zmíněným velmi dynamickým rozvojem pokrytí sítěmi LTE v ČR, a to všemi třemi síťovými operátory spolu se zaváděním nových služeb a technologií v sítích jednotlivých MNO. Úřad tak očekává obdobný vývoj i ve střednědobém horizontu. Úřad bude dopady sdílení sítí v rámci své činnosti i nadále monitorovat a dohlížet na to, aby strany dohod o sdílení sítí dodržovaly veškeré povinnosti vyplývající ze Zákona i podmínky a závazky vyplývající z rozhodnutí o přidělu kmitočtů.

Mobilní backhaul

Úřad na základě dosavadního zkoumání situace na trhu mobilního backhauλου nezjistil, že by na předmětném trhu docházelo k odmítání přístupu či k uplatňování nepřiměřených podmínek. Na základě zjištěných informací od třech nejvýznamnějších mobilních síťových operátorů Úřad neshledal, že by na trhu dostupné komerční nabídky svými podmínkami bránily nebo nebyly dostatečné pro budování mobilního backhauλου. Úřad tak dospěl k závěru, že vymezení samostatného relevantního trhu mobilního backhauλου není v současné době opodstatněné.

S ohledem na očekávaný rozvoj mobilních sítí směrem k sítím 5. generace a s tím související budoucí nárůst kapacitních potřeb pro zabezpečení datových přenosů v mobilních sítích již v současnosti všichni tři mobilní síťoví operátoři postupně ve svých mobilních sítích přecházejí na mobilní backhaul realizovaný prostřednictvím optických vláken. Někteří z operátorů realizují tento přechod prostřednictvím investic do budování vlastní infrastruktury, ostatní jej realizují poptávkou služeb od třetích stran. Pro budoucí rozvoj mobilních sítí v ČR

⁶⁵ <https://www.ctu.cz/stanovisko-ceskeho-telekomunikacniho-uradu-ke-sdileni-siti-2g-3g-4g-pro-ucely-komplexniho>

tak bude hrát klíčovou roli dostupnost vhodné vysokorychlostní infrastruktury pro realizaci mobilního backhau. Úřad v této souvislosti identifikoval možná rizika spojená s nedostatečným rozšířením vhodné infrastruktury pevných sítí pro realizaci mobilního backhau. Jako rizikové byly vzhledem k předpokládané nižší dostupnosti vysokorychlostních (optických) sítí pro realizaci mobilního backhau identifikovány venkovské oblasti, zatímco v aglomeracích a městech je předpokládána dostatečná dostupnost vysokorychlostních (optických) sítí pro realizaci mobilního backhau. Úřad na základě provedené předběžné analýzy dospěl k závěru, že zajištění rozvoje potřebného mobilního backhau ve venkovských oblastech může být neefektivněji dosaženo zejména v případě úspěšné realizace vysokorychlostních sítí, a to i například v souvislosti s aktuálně připravovanou 2. výzvou v rámci dotačního programu (zaměřeného na rozvoj vysokorychlostních sítí), aplikací opatření a povinností daných Zákonem č. 194/2017 Sb., o opatřeních ke snížení nákladů na zavádění vysokorychlostních sítí elektronických komunikací, případně jejich řádným vynucováním, a v neposlední řadě lze k podpoře dostupnosti služeb mobilního backhau přispět i implementací jednotlivých opatření uvedených v Akčním plánu k provedení nedotačních opatření pro podporu plánování a výstavby sítí elektronických komunikací⁶⁶.

Úřad tak s ohledem na své posouzení trhu mobilního backhau neshledal soutěžní problémy, které by měly dopad na zkoumaný trh mobilních služeb, a který by ovlivnily závěry toto testu tří kritérií.

Závěr: Díky nenasycenosti trhu na segmentu A a stále rostoucímu počtu uživatelů využívající internet v mobilu, Úřad konstatuje, že neshledal žádné významné bariéry růstu. U segmentu B počet uživatelů dlouhodobě stagnuje, jejich spotřeba ovšem roste a ani do budoucna nelze vyloučit růst, jak jejich počtu, díky rozšíření tabletů a podobně, tak i samotné spotřeby dat. Co se týče sdílení sítí mezi CETIN a T-Mobile, Úřad neidentifikoval v dosavadním období sdílení sítí mezi CETIN a T-Mobile žádné skutečnosti, které by ukazovaly na narušení hospodářské soutěže ve střednědobém horizontu. Zároveň však nelze bez dalšího uzavřít, že sdílení sítí nemůže mít v dlouhodobém horizontu dopad na hospodářskou soutěž, zejména s přihlédnutím ke zmíněnému probíhajícímu šetření Evropské komise. I s ohledem na mobilní backhaul Úřad neshledal rizika či soutěžní problémy, které by měly dopad na závěry tohoto testu tří kritérií.

Překážky přechodu účastníků mezi poskytovateli služeb

V kritériu překážky přechodu Úřad posuzuje pro oba segmenty současně, zda na velkoobchodním či souvisejícím maloobchodním trhu neexistují významné překážky přechodu mezi jednotlivými poskytovateli služeb, které by buď omezovaly ochotu účastníků (tj. na maloobchodním trhu) přecházet, či ztěžovaly realizaci přechodu poskytovatelům na

⁶⁶ Dostupný na: <https://www.mpo.cz/cz/e-komunikace-a-posta/elektronicke-komunikace/koncepce-a-strategie/narodni-plan-rozvoje-siti-nga/akcni-plan-k-provedeni-nedotacnich-opatreni-pro-podporu-planovani-a-vystavby-siti-elektronickych-komunikaci-byl-schvalen--228387/>. Akční plán identifikuje současné překážky výstavby sítí a zároveň ve svých opatřeních zahrnuje body, které by měly usnadnit budování a rozvoj nových vysokorychlostních sítí elektronických komunikací a které by mohly mít dopad i na rozvoj mobilního backhau. Za takové body lze zmínit například: 2.2 Sjednocení rozhodování stavebních úřadů, 2.4 Podpora koordinace staveb sítí elektronických komunikací různých investorů, 2.5 Úprava nadměrné šíře ochranného pásma podzemního vedení elektronických komunikací, 2.6 Možnost v jistých případech zřizovat nadzemní komunikační vedení, 2.7 Uveřejňování informací o neveřejné pasivní infrastruktuře za účelem sdílení, 2.8 Zamezení vytváření nepřiměřených vícenákladů, 2.13 Rozšíření možností poskytování služeb v milimetrových kmitočtových pásmech, 2.14 Ujednocení výpočtu výše náhrad za zřizování věcných břemen (služebností), 2.15 Zajištění dostupnosti informací o vysokokapacitní přípojní infrastruktuře a dále body 3.1, 3.2 a 3.3 ohledně úprav výše správních poplatků pro stavby sítí elektronických komunikací, poplatků za využívání rádiových kmitočtů a poplatků za užívání veřejných prostranství.

velkoobchodním trhu. Významné překážky přechodu by tak omezovaly rozvoj konkurenčního prostředí.

Překážky přechodu mohou mít různé formy jako např. náklady na přenos čísla, náklady na nový účastnický terminál (koncové zařízení), vyrovnání závazku vůči stávajícímu poskytovateli, úhradu zálohy, ztrátu bonifikace nebo jiné výhody zohledňující „VIP členství“ apod. a mohou být jak na maloobchodní, tak i velkoobchodní úrovni trhu. Za překážku přechodu lze považovat i administrativní náročnost a délku realizace přechodu účastníka mezi jednotlivými poskytovateli služeb na maloobchodní úrovni trhu. Administrativní náročnost přechodu však má stejně tak dopad i na trh velkoobchodní. Překážky přechodu tedy mohou existovat na obou úrovních trhu.

Při posuzování překážek přechodu na maloobchodním trhu je třeba vzít do úvahy jak jednání poskytovatele služeb, od něhož účastník odchází, tak i jednání poskytovatele služeb, k němuž účastník přechází.

Při přenosu čísla mezi dvěma poskytovateli vznikají opouštěnému poskytovateli náklady, které může v souladu se Zákonem⁶⁷ účtovat přejímajícímu poskytovateli (tj. na velkoobchodní úrovni). Na maloobchodním trhu tak opouštěný poskytovatel již zpravidla žádné další ceny odcházejícím uživatelům neúčtuje⁶⁸. V této souvislosti Úřad zmiňuje i zákonnou úpravu⁶⁹ náležitostí smlouvy mezi podnikateli a uživateli, podle níž jsou smluvní ujednání, která by obsahovala takové podmínky a postupy pro ukončení smlouvy, které jsou odrazující od změny poskytovatele služeb elektronických komunikací, neplatná. V současné době by lhůta pro přenesení telefonního čísla neměla trvat déle než 4 pracovní dny⁷⁰ a Úřad tuto lhůtu nepovažuje za (výraznou) administrativní překážku pro uživatele při realizaci přenosu čísla mezi poskytovateli. Úřad však identifikoval problémy s prodlužováním faktické doby pro přenesení čísla z důvodu uplatnění celé smluvně stanovené výpovědní doby, a to i v případě výpovědi z důvodu podané žádosti u jiného poskytovatele o přenesení čísla. Pro nápravu tohoto stavu Úřad již v roce 2014 připravil návrh potřebné legislativní úpravy Zákona, který upravuje maximální výpovědní dobu související s přenesením telefonního čísla na 10 dní. Tato legislativní úprava byla součástí novely (tzv. Diginovela) Zákona o elektronických komunikacích, účinného od 2. září 2017.

Většina poskytovatelů služeb na maloobchodním trhu, včetně MNO, se chová vůči nově přichozímu účastníkovi vstřícně a náklady spojené s přechodem na přichozícího účastníka formou jednorázových cen nepřenáší⁷¹. Existují však i MVNO, kteří na účastníka tyto náklady na přechod přenáší, a to v řádu několika set korun⁷². Celkově však lze konstatovat, že ceny požadované MVNO za přenesení čísla do své sítě (resp. sítě hostujícího operátora)

⁶⁷ Viz § 55 odst. 1 Zákona.

⁶⁸ V praxi se výjimečně lze setkat i s operátory, kteří uživatelům účtují cenu za přenesení čísla do cizí sítě.

⁶⁹ Viz § 63 odst. 8 Zákona.

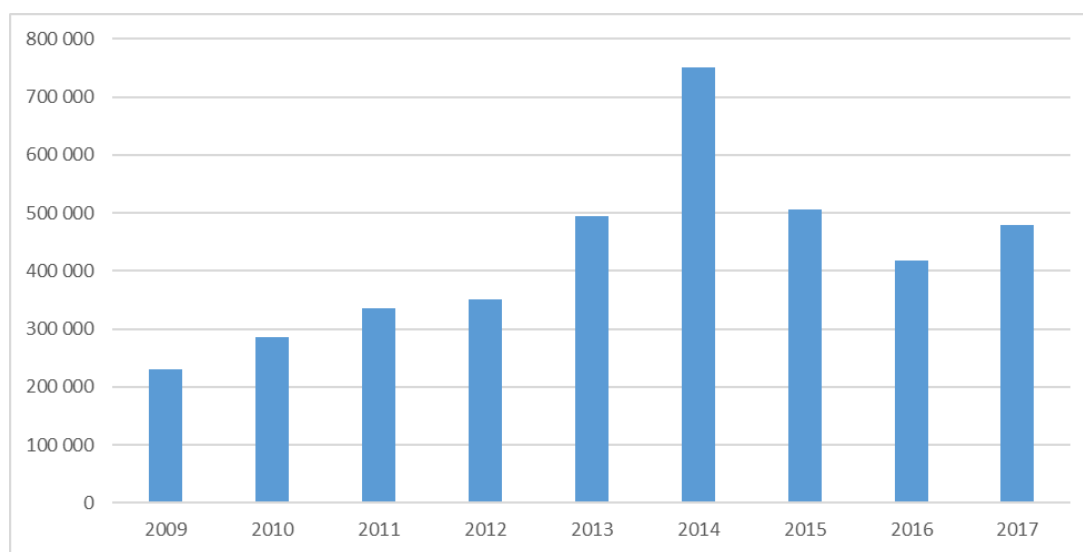
⁷⁰ Viz čl. 5 odst. 4 v [OOP/10/10.2012-12](#), kterým se stanoví technické a organizační podmínky pro realizaci přenositelnosti telefonních čísel a zásady pro účtování ceny mezi podnikateli v souvislosti s přenositelností telefonních čísel, a které nabylo účinnosti dne 1. září 2013.

⁷¹ V praxi tak např. všichni tři největší síťoví operátoři umožňují novým uživatelům přenést si stávající telefonní číslo do sítě zdarma. Společnost T-Mobile specificky po nových uživateli předplacených karet Twist požaduje zaplacení ceny 300 Kč, o tuto částku však zároveň uživatelům navýší kredit pro čerpání služeb. Obdobně umožňuje přenos čísla zdarma např. největší MVNO Tesco Mobile, či MVNO společnosti ČEZ.

⁷² Např. operátor Mitranet si účtuje za přenos čísla jednorázový poplatek 300 Kč a operátor Aquamobil 200 Kč, případně může být cena rozdělena na cenu za příchod k danému MVNO a následně na cenu za uvolnění k přechodu (odchod) k jinému MVNO/MNO. Air Telecom si za přenesení čísla do své sítě účtuje cenu 332 Kč, nebo za 1 Kč se závazkem na 24 měsíců. Alternativně se také může jednat třeba o formu volací jistiny, která je po určité době převedena na úhradu služeb (např. City mobil požaduje volací jistinu 300 Kč, která bude za 6 měsíců převedena na úhradu služeb).

nepředstavují pro uživatele vážnější překážku přechodu. Vývoj počtu přenesených čísel je zachycen v následujícím grafu (Graf č. 40). Přenositelnost čísla (počet přenesených čísel) kulminovala v roce 2014, kde dosáhla 5,3 % celkového počtu SIM karet (čísel). Poté došlo v období let 2015 až 2016 k poklesu počtu přenesených čísel v mobilních sítích a v roce 2016 dosáhla 3 % celkového počtu SIM karet. V posledním období, tj. v roce 2017 došlo k nárůstu počtu přenesených čísel a přenositelnost dosáhla 3,4 % celkového počtu SIM karet. Za roky 2009-2017 bylo z celkového počtu čísel přeneseno 27 %. Tzn., že zhruba každé 4. číslo bylo přeneseno (za předpokladu, že každé číslo bylo přeneseno jednou). Dynamika ve vývoji počtu přenesených telefonních čísel v mobilních sítích z dlouhodobého pohledu neukazuje existenci významných překážek přechodu účastníků mezi poskytovateli služeb.

Graf č. 40: Vývoj počtu přenesených telefonních čísel v mobilních sítích v období 2009-2017



Zdroj: CNPAC

Mezi skutečnosti, ovlivňující překážky přechodu z pohledu koncového uživatele patří nabídka tzv. Mobilních tarifů s daty, které přináší koncovému uživateli výhody jejich společného odběru, zejména však cenové úspory. V případě služeb na segmentu A mohou dále hlasové služby ovlivnit motivaci přechodu. Mezi takové vlivy patří volání ve vlastní síti poskytovatele. Účastník, který je motivován k využívání této služby (nižšími cenami za volání ve vlastní síti), bude mít nižší motivaci k přechodu, zejména pokud v rámci jedné sítě existují určité uzavřené skupiny s trvalými vazbami (rodina, přátelé, spolupracující osoby).

Pro hodnocení druhého kritéria jsou neméně důležité i náklady na přechod, které vznikají na velkoobchodní úrovni. Velkoobchodní náklady v podmínkách České republiky zahrnují především velkoobchodní platby za přenesení telefonního čísla, které musí být ze Zákona⁷³ nákladově orientované. Aktuální výše velkoobchodních cen, účtovaná opouštěnými operátory, se pohybuje kolem 200 Kč bez DPH za jednotlivé číslo (nižší jednotková cena platí u hromadné objednávky na větší počet přenášených telefonních čísel v rámci jedné účastnické smlouvy).

Pokud by tedy účastník zůstal u jednoho poskytovatele přinejmenším 2 roky (na které poskytovatelé často uzavírají smlouvy se závazkem), činila by výše měsíčního nákladu méně,

⁷³ Viz § 55 odst. 1 Zákona.

než 9 Kč. Dále Úřad konstatuje, že velkoobchodní nabídky nejsou založeny na principu exkluzivity a mají charakter klasické dobrovolné obchodní smlouvy mezi dvěma partnery nejčastěji s výpovědní lhůtou 3 až 6 měsíců. Na základě výše zmíněného Úřad nepovažuje transakční náklady za nepřiměřeně vysoký či zatěžující poskytovatele do té míry, že by vytvářel významné překážky přechodu a tím ztěžoval další rozvoj konkurence. Za možnou překážku přechodu mezi poskytovateli Úřad považoval nastavení podmínek přenesení čísel na maloobchodním trhu, potažmo na velkoobchodním, zejména s ohledem na délku trvání přenesení. Tento problém by měla vyřešit novela Zákona tzv. diginovela, součástí, které je i zkrácení doby přenesení čísla a stanovení zákonné lhůty. Co se týče migrace na velkoobchodním trhu, Úřadu není známá skutečnost, že by MVNO v minulosti migrovali mezi velkoobchodními poskytovateli.

Na základě dosažené penetrace u Segmentu B lze předpokládat, že nový subjekt na trhu může oslovit zcela nové zákazníky. Avšak u nabídky služby na segmentu A pak musí nový subjekt získávat své účastníky především z řad účastníků stávajících poskytovatelů (kteří již využívají hlasové a SMS služby u stávajících poskytovatelů). V případě vstupu nového síťového operátora lze předpokládat, že marketingové náklady, které by musel vynaložit na získání dostatečného počtu účastníků, budou řádově odpovídat marketingovým nákladům jednotlivých síťových operátorů. Přitom Úřad bere do úvahy, že náklady na reklamu a marketing mobilních poskytovatelů jsou v České republice jedny z nejvyšších v porovnání s ostatními podniky v odvětví elektronických komunikací i v porovnání s podniky z ostatních odvětví národního hospodářství⁷⁴.

Na trhu mobilních služeb však vzhledem k nabídce velkoobchodního přístupu nepůsobí pouze síťoví operátoři, ale odběratelem služeb jsou i MVNO. Vzhledem ke skutečnosti, že tito operátoři nemají náklady v takovém rozsahu jako by bylo nezbytné při budování vlastní sítě, ale nakupují služby na velkoobchodním trhu, mohou odebírat jen takové množství služeb, které odpovídá potenciálu jejich zákazníků, a rovněž tak vynakládat v odpovídajícím rozsahu i náklady spojené se získáním, přechodem a udržením zákazníka. Navíc je třeba vzít v úvahu i odlišný podnikatelský plán některých MVNO, kteří mobilní služby nabízejí jen jako doplnění portfolia již nabízených služeb (hlasové služby v mobilní síti, služby v pevné síti, poskytování internetového připojení či prodej plynu a elektřiny). V takovém případě jsou marketingové náklady na získání zákazníka výrazně nižší.

Existence významných překážek přechodu tedy může omezovat rozvoj konkurence, ale vzhledem k existenci možností, jak se některým nákladům vyhnout či je omezit, a to jak na maloobchodní úrovni pro uživatele (např. mnozí poskytovatelé neúčtují cenu za přenos čísla), tak na té velkoobchodní (ze Zákona nákladová orientace cen za přenesení telefonního čísla) je jejich význam pro rozvoj konkurence na maloobchodním a přeneseně i velkoobchodním trhu v České republice snížen.

Závěr: Na základě výše uvedeného vyhodnocení Úřad konstatuje, že na maloobchodním ani velkoobchodním trhu nenalezl takové překážky přechodu, které by znemožňovaly či výrazně ztěžovaly rozvoj konkurence na vymezeném velkoobchodním trhu.

⁷⁴ V TOP 10 největších zadavatelů reklamy do médií za rok 2013 uvádí zdroj Admosphere všechny tři mobilní operátory s částkou cca 600 mil. Kč.

Potenciální konkurence

Při zkoumání potenciální konkurence se Úřad zaměřil v první řadě na to, zda subjekty, které nejsou v současné době přítomny na jednotlivých segmentech trhu (potenciální konkurence), mohou svým případným vstupem napomoci zvýšit dynamiku trhu v nadcházejícím období⁷⁵. Jak je uvedeno již výše, v současnosti Úřad nepředpokládá vstup nového síťového operátora. Ovšem na maloobchodní trh mobilních služeb, prostřednictvím nákupu služeb na trhu velkoobchodním, mohou vstupovat nové subjekty ve formě MVNO, popřípadě v pozici značkových přeprodejců. Tyto vstupy představují pozitivní rozšíření nabídky pro koncového účastníka na maloobchodním trhu.

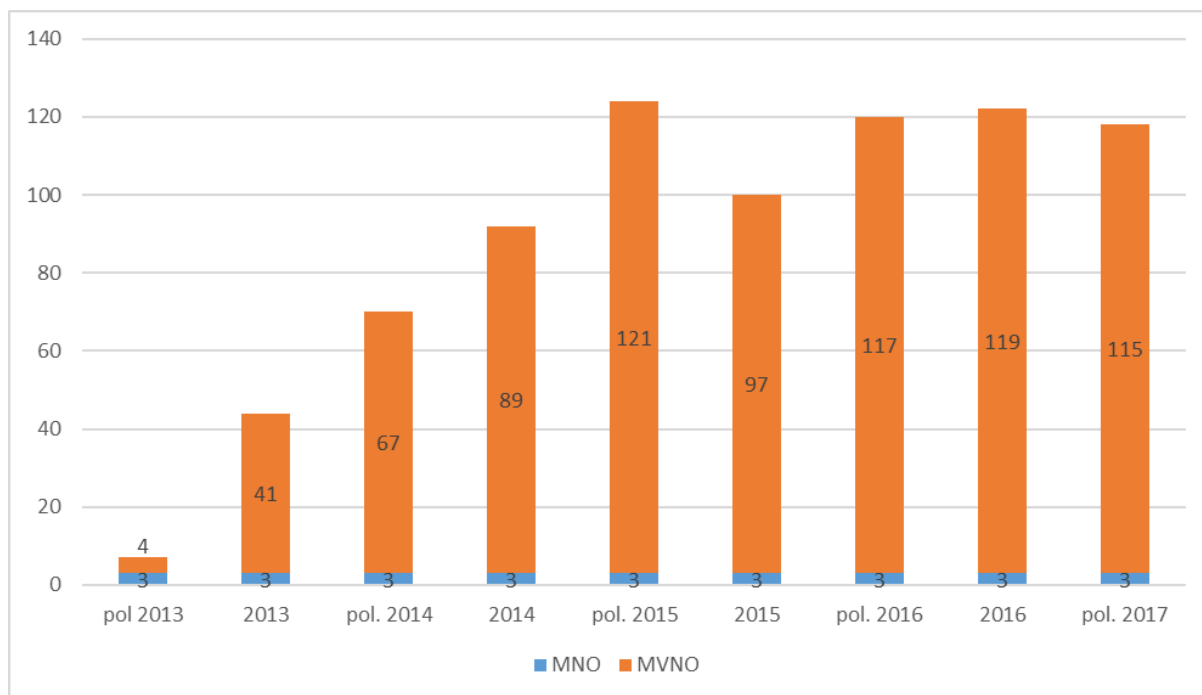
Obdobně na velkoobchodní úroveň trhu mohou vstupovat nové subjekty v pozici MVNE, kteří následně zvyšují nabídku velkoobchodních služeb a přispívají k růstu konkurence na tomto trhu.

Od roku 2013 začala své mobilní služby (ať již na velkoobchodním či maloobchodním trhu) poskytovat řada nových subjektů – MVNO i MVNE. Úřad má za to, že ke vstupu nových subjektů bude docházet i v budoucnu (nejen v období časového vymezení trhu) a současně bude probíhat etablování již vstoupivších subjektů, ale i jejich konsolidace. Existence povinných referenčních nabídek pro plnohodnotného MVNO na základě minulé aukce kmitočtů pro LTE sítě jen teoreticky odstranila bariéry vstupu na trh nesíťovým (virtuálním) operátorům. Tuto možnost zatím nevyužil žádný operátor. Nicméně na základě komerční dohody zahájil své aktivity na trhu první plnohodnotný MVNO, provozovaný společností Mundio Distribution Czech Republic s.r.o. pod jménem Vectone mobile v síti společnosti T-Mobile.

Jak ukazují grafy níže, došlo od roku 2013 k velkému nárůstu poskytovatelů mobilních služeb, a to na obou segmentech – A i B. Vedle tří síťových operátorů poskytuje v současné době své služby 115 podnikatelů na segmentu A a 27 na segmentu B.

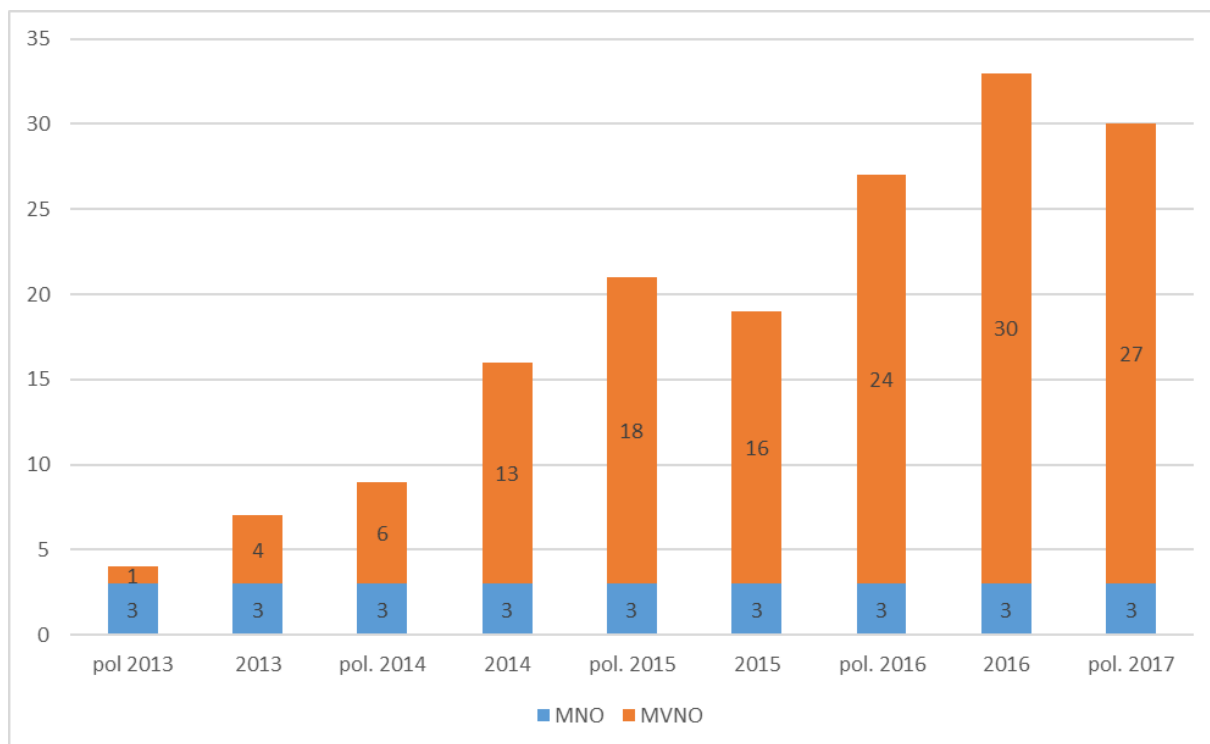
⁷⁵ Je zjevné, že toto kritérium je úzce spjato se zkoumáním bariér vstupu na trhu a výsledky jeho hodnocení by se od výsledků hodnocení bariér vstupu neměly odlišovat.

Graf č. 41: Vývoj počtu subjektů poskytující mobilní služby na segmentu A



Zdroj: ČTÚ

Graf č. 42: Vývoj počtu subjektů poskytující mobilní služby na segmentu B



Zdroj: ČTÚ

Z Úřadu dostupných informací vyplývá, že MVNO vstupují a působí především na segmentech A1 a B1 v menší míře na služby v segmentech A2 a B2. Počet MVNO působící na těchto segmentech dosahuje počtů ve výše uvedených grafech (Graf č. 41, Graf č. 42).

Přítomnost těchto MVNO tak na části trhu domácností (segment A1 a B1) přispívá k rozvoji konkurence.

Jak je uvedeno výše Úřad i přes menší zastoupení MVNO na segmentech A2 a B2 shledal s ohledem na nižší ceny služeb dané vyšší vyjednávací a kupní silou vyšší úroveň konkurence. Úřad má za to, že i bez působení MVNO na této části trhu je zajištěna dostatečná míra konkurence samotnými MNO. Část trhu tvořená firemními zákazníky je tak dle Úřadu v současné době předmětem silné infrastrukturní konkurence (ze strany MNO) a další vstupy MVNO na tuto část trhu již pravděpodobně neskýtá žádný potenciál pro další pokles cen.

Závěr: Na základě výše uvedeného vyhodnocení tohoto kritéria Úřad konstatuje, že lze očekávat rozvoj potenciální konkurence na maloobchodním i velkoobchodním trhu, a tedy směřování vymezeného trhu k účinné hospodářské soutěži.

Závěr ke kritériu č. 2:

Úřad ve druhém kritériu zkoumal, zda struktura vymezeného trhu není takové povahy, která jej, i přes prokázanou existenci významných a trvalých překážek vstupu, předurčuje k rozvoji účinné hospodářské soutěže v příslušném časovém období. Úřad našel některé tržní problémy, které brání dalšímu a účinnějšímu rozvoji konkurenčního prostředí, mezi které patří snížená možnost MVNO zasáhnout do konkurenčního boje, vlivem nastavených podmínek velkoobchodních smluv a existence tzv. „šedých operátorů“, kteří svým působením na trhu dále omezují konkurenceschopnost MVNO.

Na trhu s přetrvávajícími významnými bariérami vstupu může být rozvoje konkurence omezen a hůře udržitelný.

Proto Úřad konstatuje, že v rámci vyhodnocení rozvoje konkurence shledal překážky rozvoje konkurence pro MVNO ze strany MNO, a to zejména z důvodu replikovatelnosti nabídek, neboť i přes pokles velkoobchodních cen není zajištěna replikovatelnost nabídek virtuálními operátory.

Replikovatelnost nabídek však Úřad nepovažuje za nezbytnou na segmentu firemních zákazníků, neboť tam je podle Úřadu zajištěna vysoká úroveň konkurence ze strany samotných MNO.

Dalším důvodem, který brání rozvoji konkurence na velkoobchodním (a přeneseně maloobchodním) trhu je zaostávání vývoje podmínek velkoobchodních smluv za vývojem maloobchodního trhu. V reakci na měnící se parametry maloobchodního trhu (klesající ceny či kvalitativní změna maloobchodních služeb síťových operátorů) by měly být přiměřeně měněny i podmínky velkoobchodních smluv. K tomu dle Úřadu nedochází.

Druhé kritérium třetího kritériálního testu považuje Úřad za splněné pro segment rezidentních zákazníků.

5.3. Kritérium č. 3 Uplatňování hospodářské soutěže samo o sobě dostatečně neřeší dotčené(á) selhání trhu

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

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

V rámci třetího kritéria Úřad zvažoval, zda nápravná opatření dle soutěžního práva postačují k odstranění tržního selhání na vymezeném trhu mobilních služeb. Úřad posuzoval, zda lze legislativu na ochranu hospodářské soutěže považovat za nedostačující (bez kombinace s regulací ex ante) nebo neodpovídající k řešení selhání trhu. EK ve Vysvětlujícím memorandu⁷⁶ v kapitole 2.2 na str. 10 a 11 uvádí přehled relevantních faktorů, na jejichž základě má být takováto dostatečnost posouzena. Nápravná opatření dle soutěžního práva lze poté považovat za nedostačující například v situaci, kdy by bylo potřeba uplatnit nezbytnou regulační povinnost k nápravě tržního selhání prostřednictvím regulace ex-ante (například povinnost zajistit přístup, určité konkrétní požadavky v oblasti účetnictví). Výše uvedená situace by také mohla nastat tam, kde je zásah k nápravě selhání trhu spojen s příliš rozsáhlými požadavky (např. požadavkem vést detailní účetní evidenci k regulačním účelům, posuzovat náklady, monitorovat podmínky včetně technických parametrů atp.) nebo je nezbytné provádět zásahy často nebo v určitou dobu, případně tam, kde se prvořadí důraz klade na zajištění právní jistoty (příkladem může být uplatnění povinnosti související s regulací cen za delší období).

Úřad považuje za rozhodující posouzení, zda je pravděpodobné, že nápravná opatření podle soutěžního práva jsou dostatečná k odstranění překážek pro efektivní hospodářskou soutěž. Soutěžní úřad (dále jen „ÚOHS“) může na základě Zákona o hospodářské soutěži⁷⁷ posuzovat trh z hlediska možné existence zakázaných dohod (§ 3), případně z hlediska možného zneužití dominantního postavení (§ 11).

V případě prokázání existence zakázané dohody ÚOHS účastníkům takové dohody zakáže jednání dle takové dohody a je oprávněn uložit pokutu až do výše 10 % z čistého obratu za poslední ukončené účetní období. Mezi pravomoci ÚOHS v tomto případě tak nepatří ukládání nezbytných povinností vedoucích k nápravě tržního selhání.

V případě prokázání zneužití dominantního postavení (jednoho či více soutěžitelů) může ÚOHS podniku či podnikům v dominantním postavení uložit všechna opatření nezbytná k tomu, aby bylo protiprávní jednání ukončeno a došlo k nápravě tržního selhání. Intervence podle práva hospodářské soutěže však předpokládají, že ke zneužití dominantního postavení již došlo. Na základě soutěžního práva tak nelze předem ukládat povinnosti nebo pravidla, která by vedla k odstranění možných problémů s omezováním hospodářské soutěže na trhu.

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

Úřad má za to, že na základě vyhodnocení bariér vstupu v prvním kritériu a směřování k účinné hospodářské soutěži ve druhém kritériu lze usuzovat, že je třeba uložit podrobné povinnosti (včetně případných povinností souvisejících s regulací cen) formou specifické regulace ex ante, které by nebylo možno uložit dle legislativy práva hospodářské soutěže. Tím by byla zároveň i zajištěna nezbytná míra předvídatelnosti regulačních zásahů na trhu. Dle názoru Úřadu lze rovněž dovozovat, že nastavení pravidel regulace by mohlo motivovat k uzavření smluv o přístupu umožňujících rozvoj konkurence na předmětném velkoobchodním a příslušném maloobchodním trhu, a tak směřovat trh k účinnější hospodářské soutěži.

⁷⁶ COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT - EXPLANATORY NOTE SWD (2014) 298.

⁷⁷ Zákon č. 143/2001 Sb.

Úřad se při vyhodnocování třetího kritéria zabýval i otázkou včasnosti zásahu při řešení tržních selhání, respektive jejich snížením nebo eliminací jejich vzniku. Úřad vzal do úvahy stávající situaci na trhu a předpokládaný vývoj a dospěl k závěru, že regulace ex ante bude adekvátnější a efektivněji reagovat na potenciální nebo zjištěné problémy na trhu v porovnání s regulací ex post.

Úřad rovněž vychází z Přístupové směrnice 2002/19/EC, která v platném znění (bod 6 preambule) deklaruje, že na trzích, na nichž přetrvávají velké rozdíly ve vyjednávacích pozicích mezi podniky a kde některé podniky jsou odkázány při dodávce svých služeb na infrastrukturu provozovanou jinými subjekty, je vhodné vytvořit rámec pro zajištění účinného fungování trhu. Pokud nejsou obchodní jednání úspěšná, měly by mít vnitrostátní regulační orgány pravomoc v zájmu koncových uživatelů zajistit přístup, propojení a interoperabilitu služeb za přiměřených podmínek.

Na základě výše uvedeného proto dospěl Úřad k závěru, že k dosažení požadovaného cíle rozvoje hospodářské soutěže ze strany MVNO a samotných MNO na segmentu rezidentních zákazníků je nezbytné aplikovat specifickou sektorovou regulaci ex ante a že uplatňování práva hospodářské soutěže není samo o sobě dostatečné k řešení nalezených soutěžních problémů.

Závěr ke kritériu č. 3:

Úřad konstatuje, že třetí kritérium je splněno. Uplatňování práva hospodářské soutěže samo o sobě dostatečně nezajistí odstranění nalezené bariéry vstupu na trh a rozvoj konkurence na segmentu rezidentních zákazníků, a proto je třeba vymezený velkoobchodní trh analyzovat z hlediska existence důvodů pro uplatnění sektorově specifické regulace.

6. Shrnutí závěrů provedeného testu tří kritérií

Úřad provedl test tří kritérií, který prokázal, že všechna tři kritéria jsou kumulativně splněna. Na základě vyhodnocení testu tří kritérií našel Úřad bariéry vstupu na trh, shledal, že na maloobchodním i velkoobchodním trhu neprobíhá efektivní hospodářská soutěž zejména na segmentu rezidentních zákazníků a že právo hospodářské soutěže není dostatečné pro odstranění nalezených problémů. Úřad proto dospěl k závěru, že velkoobchodní trh přístupu k mobilním službám je trhem vhodným pro ex ante regulaci uplatňovanou Úřadem, a proto Úřad navrhuje tento trh zařadit do seznamu relevantních trhů, který vydává opatřením obecné povahy v souladu s ustanovením § 52 Zákona.

Úřad zveřejnil návrh hodnocení testu tří kritérií Trhu mobilních služeb a výzvu k uplatnění připomínek k tomuto návrhu na [diskusním místě](#) dne 17. srpna 2017. Připomínky k návrhu bylo možno uplatnit do 17. října 2017. K návrhu opatření obecné povahy se vyjádřilo deset subjektů, zastupujících jak mobilní síťové operátory, tak i mobilní virtuální operátory a asociace v nichž jsou tito operátoři sdružení.

Přehled všech uplatněných připomínek, stanovisek a názorů (pokud nebyly připomínkujícím subjektem označeny za předmět obchodního tajemství) Úřad zveřejnil na [diskusním místě](#) včetně [vypořádání připomínek](#) podle čl. 6 odst. 2 Pravidel Úřad.

Úřad, po vypořádání připomínek dotčených subjektů obdržených v rámci veřejné konzultace, konzultoval text návrhu testu tří kritérií rovněž s Úřadem pro ochranu hospodářské

soutěže, jehož doporučení zpracoval do výsledného návrhu. Nevypořádáno zůstalo pouze doporučení na doplnění tržních podílů podle výnosů. Vzhledem k tomu, že nejsou dostupné informace o vývoji výnosů za definované segmenty, ponechá Úřad svoje hodnocení vycházející z tržních podílů podle počtu služeb. Tržní podíly podle počtu služeb jsou vhodnou a dostatečnou alternativou pro hodnocení trhu a jeho struktury a podle Úřadu nevedou k rozdílným výsledkům hodnocení struktury trhu.

Pojmy

- **Služba SMS** – dovoluje uživatelům posílání krátkých textových zpráv přes mobilní telefon. Text jedné zprávy smí obsahovat maximálně 160 znaků při 7bitovém kódování ve znakové sadě GSM 03.38, pokud zpráva obsahuje například české znaky s diakritikou, používá se 16bitové kódování UCS-2, v takovém případě jedná zpráva obsahuje maximálně 70 znaků.
- **Mobilní hlasová služba** – služba umožňuje prostřednictvím SIM karty uskutečňovat telefonické hovory vzniklé v mobilní síti nebo v síti zahraničních operátorů (roamingové telefonické hovory) a přijímat telefonické hovory. Pro účely této služby přidělí operátor účastníkovi mobilní telefonní číslo z číselného rozsahu vedeného v povolení k využívání čísel vydaného Úřadem, případně účastník využívá tuto službu prostřednictvím čísla přeneseného od jiného poskytovatele mobilní hlasové služby. S mobilní hlasovou službou zákazník získává i službu SMS.
- **Mobilní přístup k internetu** – mobilní operátoři nabízejí v principu dva typy mobilního přístupu k internetu – Internet v mobilu (součást Mobilních tarifů s daty) a Mobilní internet, který je určen pro přenosná zařízení (tablety, notebooky) s použitím datové SIM karty, resp. USB modemu.