

Český telekomunikační úřad
Sokolovská 219
Praha 9

Potvrzeno prostřednictvím datové schránky.

K čj. ČTÚ-18 846/2016-611

V Praze dne 8. dubna 2016

Věc: Připomínky k návrhu dokumentu Metodika analýz relevantních trhů

Společnost Vodafone Czech Republic a.s. (dále jen „Vodafone“) vítá záměr Českého telekomunikačního úřadu (dále jen „ČTÚ“ nebo „Úřad“) vydat dokument označený „Metodika analýz relevantních trhů“ (dále jen „metodika“). Uvedeným dokumentem se zvýší předvídatelnost postupu ČTÚ v analýzách relevantních trhů a vyjasňují se některé aktuální otázky, např. postupy analýzy a stanovení podniku s významnou tržní silou v souvislosti se strukturálně separovaným incumbentem.

V následující části si společnost Vodafone dovoluje vyjádřit své názory a postoje k některým vybraným otázkám stanoveným v metodice:

1) K definici produktového trhu

V části definice produktového trhu (řádek 229 an.) ČTÚ argumentuje tím, že součástí věcného vymezení jsou pouze zaměnitelné nebo zastupitelné produkty. Úřad zde pomíjí otázku trhů, jejichž přirozenou vlastností je prodávat služby, které spolu souvisí, ačkoliv jednotlivé služby nemusí být v přímé zastupitelnosti („tzv. portfolio“). Příkladem takového „portfoliového“ trhu je Úřadem nedávno zkoumaný trh mobilní originace, který zahrnuje několik produktů (mobilní volání, SMS, mobilní data).

Úřad se tedy v metodice nevypořádává s tím, z jakého důvodu jsou takové produkty součástí jednoho trhu, neboť se zjevně nejedná o zastupitelnost na straně poptávky. Jedním z možných vysvětlení je zastupitelnost na straně nabídky. Úřad se však v metodice nevypořádává ani s tím, jestli takové produkty jsou součástí jednoho trhu z důvodu zastupitelnosti na straně nabídky.

Úřad na řádce 379 uvádí, že rozlišuje mezi zastupitelností na straně nabídky a zcela novým vstupem na trh. Lze připodobit, že např. trh mobilní originace zahrnuje všechny uvedené produkty z důvodu malých inkrementálních nákladů mezi variantou vstupu na trh s jedním samostatným produktem nebo s více produkty. Zároveň poskytovatelé již vlastní veškeré prostředky (výrobní, produkční a marketingové) potřebné k zahájení poskytování souboru všech těchto služeb. Při převedení prostředků na poskytování jiné služby (z daného portfolia) v důsledku zvýšení ceny poskytovatelům nevznikají podstatné dodatečné náklady a nepodstupují významná rizika, narozdíl od vstupu na celkově nový trh. Vodafone navrhuje, aby Úřad postavil otázku portfoliových trhů najisto a do metodiky doplnil související metodická východiska.

2) Formální pojetí podniku s významnou tržní silou

Návrh metodiky v souladu se zákonnou úpravou stanovuje, že za podnik s významnou tržní silou může být určena pouze právnická nebo fyzická osoba. Úřad deklaruje, že nemůže jako podnik se samostatnou významnou tržní silou určit např. skupinu právnických osob, a to ani za předpokladu, že by tato skupina právnických osob naplňovala znaky jedné hospodářské jednotky ve smyslu soutěžního práva. Uvedené konstatování Úřadu se dle názoru Vodafonu týká (nebo by mělo týkat) především otázky adresáta uložených povinností, ale není nutně použitelné na jiné části analýzy.

Úřad dále na řádce 655 deklaruje, že zohlední spojení dané právnické či fyzické osoby s jinými osobami.

Aby zdánlivý rozpor mezi těmito tvrzeními byl vyvrácen, navrhuje společnost Vodafone, aby bylo postaveno najisto, že zohlednění takového propojení s jinými osobami má význam pro hodnocení úrovně soutěže a určování existence podniku s významnou tržní silou (SMP). Konkrétně by mělo být doplněna část Vertikální integrace (viz řádek 854), která pro posouzení míry vertikální integrace nepočítá s jinou variantou než „plně integrovaného operátora“. Smyslem takového doplnění by mělo být, že bude posuzována konkrétní míra vertikální integrace (separace) a možné efekty takové intergrace, resp. separace na trh a pozici domnělého podniku s SMP. Důvodem pro tento přístup je větší pravděpodobnost koordinace a výměna citlivých informací s jiným významným subjektem na trhu (např. sesterskou společností), a toto může nasvědčovat k dominanci na maloobchodním nebo velkoobchodním trhu.

3) Časový rozsah výhledu v analytických částech

Úřad uvádí na řádce 568 an., že v rámci testu tří kritérií bude zkoumat, zda situace na daném trhu z pohledu hospodářské soutěže nevede k tomu, že se trh v příslušném časovém období stane konkurenčním. Pro posuzování tohoto kritéria lze za příslušné časové období považovat 1 až 4 roky (srov. řádky 491 an.). Vodafone je toho názoru, že uvedené informace se týkají posuzování úrovně konkurence služeb poskytovaných na daném trhu. Po posuzování tohoto kritéria ve vztahu k infrastruktuře však Úřad nestanovuje žádný zvláštní časový horizont, ačkoliv je zřejmé, že poskytování služeb má zcela jinou (časovou) dynamiku než míra infrastrukturní soutěže.

Úroveň hospodářské soutěže ve vztahu ke službám se může měnit mnohem rychleji než ve vztahu k infrastruktuře. Naopak dopady narušení infrastrukturního trhu mohou být mnohem dlouhodobější a hůře napravitelné než narušení trhu služeb. Z tohoto důvodu je nutné pro otázky související s infrastrukтурой aplikovat delší výhled, které bude odpovídat povaze infrastrukturní soutěže. Pro názornost lze poukázat zásadní rozdíly:

- Kratší doba zřízení služby vs. delší doba výstavby infrastruktury
- Změna poskytovatele služby je výrazně jednodušší ve srovnání se změnou vlastníka infrastruktury
- Délka období, na které se uzavírají smlouvy o pronájmu infrastruktury – např. u optických vláken až 15 let oproti zpravidla dvouletým závazkům při poskytování služeb
- Délka období, na které se alokují frekvence jednotlivým hráčům v aukci apod.

S přihlédnutím k uvedeným rozdílům navrhuje Vodafone, aby metodika jasněji vymezila období, které je rozhodné pro posuzování úrovně infrastrukturní soutěže.