

- c) Není pravdou, že nabízené FUP u MVNO je podobné jako MNO, jak uvádí úřad. Drtivá většina fungujících majetkově nepropojených MVNO nabízí výrazně nižší FUP. Výjimku tvoří pouze několik subjektů, které neobsluhují více jak několik desítek až stovek uživatelů a je zkrslující tak malý vzorek zařazovat do analýzy. V textu by tedy mělo být uvedeno, že nabízené FUP u drtivé většiny majetkově nepropojených MVNO je výrazně nižší než u MNO

Vymezení maloobchodního trhu (řádky 473 – 476 a řádky 548 – 558). Návrh na doplnění, změnu, zrušení nebo nahrazení textu ustanovení návrhu opatření:

Přesněji definovat jednotlivé segmenty relevantního trhu (viz Odůvodnění) a znovu zvážít začlenění tarifů bez dat do vymezení trhu.

Odůvodnění:

Podle našeho názoru je rozdělení na segmenty A1, A2 a B1, B2 věcně správné a dostačující, ale pro další analýzu a sběr dat je nutné správné rozdělení jednotlivých typů zákazníků do příslušného segmentu.

Zásadní problém je ve sběru dat přímo od MNO, kteří neumějí nebo nechtějí zařadit jednotlivé zákazníky do správného segmentu. Pro správné posouzení stavu a provádění analýzy je tedy nutné vyžadovat od všech operátorů jasné a přesnější rozdělení na jednotlivé segmenty takto:

- A1, B1 – Rezidentní zákazníci, včetně uživatelů takzvaných zaměstnaneckých tarifů, neveřejných nabídek a všech zákazníků služeb BleskMobil, O2Family, TescoMobil, Kaktus, Oskarta a všech ostatních poskytovatelů, které operátor MNO vlastní z více než 49 %.
- A2, B2 – Podnikatelé a firmy (výhradně však služby hrazené přímo samotnou firmou)

Nemůžeme souhlasit s tím, že projekty vlastněné z více než 49 % jsou považovány za MVNO. Projekty jako BleskMobil, O2Family, TescoMobil, Kaktus, Oskarta a jiné projekty, které přímo ovládají MNO, by měly být v každém případě zařazeny do standardní maloobchodní nabídky operátora MNO pro rezidentní zákazníky, a tudíž do segmentu A1, B1.

V žádném případě nemůžeme souhlasit tím, že jsou nabídky MNO označované jako zaměstnanecké programy, automaticky zařazeny do segmentu A2, B2, tedy do segmentu firem. V případě, že se jedná o zaměstnance, který hradí svoje faktury přímo operátorovi MNO, musí být všechny tyto služby považovány za službu pro rezidentní zákazníky v segmentu A1 resp. B1

Pokud budou i nadále projekty, které jsou ovládány přímo síťovým operátorem, považovány za MVNO nebo pokud budou zaměstnanecké programy považovány za nabídky „pro firmy“ a zařazeny do segmentu A2, B2 povede to k výraznému zkreslení všech statistických údajů a chybným závěrům analýzy.

Podle našeho názoru by měl úřad vyžadovat od všech operátorů MNO i MVNO, aby průběžně poskytovali konkrétní statistické údaje odděleně a s přesnějším rozlišením jednotlivých segmentů.

Dále není ve vymezení zcela jasné, jestli se bude analýza týkat výhradně nabídky s daty a jakým způsobem budou vstupní data analyzována. Data v tabulkách a grafech jsou často v rozporu.

Prezentovaná data (např. v Tab. 1 a 2) se týkají všech aktivních SIM včetně těch, které nezahrnují datové služby. Naopak data v kapitole 5.2 (např. Graf 9) zahrnují zřejmě pouze tarify, jejichž nedílnou součástí jsou datové balíčky.

Balíčky dat je však možné dokoupit i k tarifům původně bez dat, a to často za zvýhodněných podmínek, které tím ovlivňují nabídky datových služeb na trhu.

Maloobchodní ceny pro v podnikatelském a spotřebním segmentu (řádky 486 a dále). Návrh na doplnění, změnu, zrušení nebo nahrazení textu ustanovení návrhu opatření:

Uváděné ceny neodpovídají údajům AČVO, která registruje podstatně nižší nabídkové ceny pro podnikatelské subjekty a instituce. Proto doporučujeme uváděné údaje aktualizovat. Rovněž by mělo být jasné uvedeno, v kterých případech se jedná o ceny bez DPH a kdy o ceny s DPH.

Odůvodnění:

Běžně nabízený produkt pro podnikající osoby a firmy je neomezené volání za 250 Kč měsíčně nebo tarif bez volných minut za 1 Kč měsíčně a cena 0,30 Kč za minutu. Nabídky pro větší firmy a instituce s větším počtem, než 100 SIM karet, se pohybují od 190 Kč za neomezené volání a tarif bez volných minut a 0,15 Kč za minutu. Všechny nabídky obsahují balíčky až 10 GB dat za 99 Kč a nižší. Čísla uváděná úřadem v grafu v žádném případě nemohou odpovídat realitě.

Vymezení velkoobchodního trhu (řádky 580 – 584). Návrh na doplnění, změnu, zrušení nebo nahrazení textu ustanovení návrhu opatření:

Doplnit, že MVNE působí jak na straně nabídky, tak na straně poptávky.

Odůvodnění:

Hlavní rolí MVNE na velkoobchodním trhu mobilní originace je agregovat poptávku menších nezávislých MVNO (viz též řádky 663 – 669 Návrhu ČTÚ). Obchodní podmínky nabídky MVNE pro MVNO jsou pak diktovány smlouvou mezi MVNE a síťovým operátorem MNO. Tato smlouva je často výhradní a dle informací AČVO jednání o agregaci více MNO pod jednoho MVNE nebyla úspěšná. Nebylo tak možné vytvořit obchodní tlak na ceny a šíři služeb.

Strukturální překážky, kontrola infrastruktury, nesnadno duplikovatelné (řádky 674 – 676). Návrh na doplnění, změnu, zrušení nebo nahrazení textu ustanovení návrhu opatření:

Část odstavce počínající slovy „Komerční nabídky na velkoobchodním trhu vytvářejí ...“ vypustit nebo upravit dle odůvodnění.

Odůvodnění:

- a) Takzvané komerční velkoobchodní nabídky pro MVNO byly vytvořeny operátory MNO v roce 2013 a až na drobné úpravy zůstaly nezměněny.

- b) Až do roku 2017 neměli někteří MVNO přístup k technologii LTE (MVNO v síti Vodafone), v tuto chvíli mají možnost využívat VŠICHNI MVNO u všech síťových MNO pouze LTE s **výrazně omezenou rychlostí**, někteří MVNO nemají přístup k LTE umožněn dodnes.
- c) Informace o majetkově propojených MVNO jsou zavádějící a nepřesné, protože zahrnují MVNO Coop Mobil, který je vlastněn MNO pouze z 30 %. Naopak nejsou uvedeny projekty jako Kaktus nebo Oskarta.
- d) Podle našeho názoru lze pro účely analýzy trhu zařadit do kategorie majetkově propojených poskytovatelů také všechny **branded reseller** operátory, tedy všechny projekty operátora O2 včetně ČEZ mobil, nebo RWE Mobil poskytovaného operátorem T-Mobile.

Přesto, že jsou tyto subjekty vykazovány v analýze jako majetkově nezávislé MVNO, není to odpovídající skutečností. Ze své podstaty se vždy na poskytování služeb a tvorbě jejich koncových cen výrazně podílí síťový operátor MNO.

Projekty branded reseller MVNO tedy nemohou posílit opravdovou konkurenci na trhu, ale naopak zhoršují postavení všech ostatních nezávislých MVNO, kteří nakupují za zakonzervované velkoobchodní ceny stanovené mateřskými MNO.

Jako příklad lze uvést:

O2 Family

Tato obchodní značka společnosti O2 Czech Republic je přímo ukázkovým příkladem systematického zvýhodňování operátorem a podle našeho názoru by měla být v každém případě zařazena minimálně mezi značkové přeprodejce (branded resellery) a nikoli mezi MVNO. I označení **branded reseller** však nebude úplně přesné, protože společnost O2 Family se svým způsobem podnikání zcela odlišuje od všech ostatních značkových přeprodejců. Jedná se o čistě účelový projekt, který se až na výjimky prakticky výhradně stará o zajištění zaměstnaneckých programů.

Koncové maloobchodní ceny pro klienty jsou pak vždy připravené na míru pro každou skupinu zákazníků individuálně. Výsledné nabídky jsou však vždy nápadně výhodnější než nabídky ostatních MVNO.

Příklad tarifu O2 Family:

- Neomezené volání a SMS bez dat 449 Kč
- Neomezené volání a SMS + 3GB 669 Kč

Tento projekt 100% vlastněný operátorem MNO tedy ze své podstaty nemůže být považován za MVNO a zařazení tohoto projektu mezi MVNO výrazně zkresluje konečné výsledné analýzy. Všechna použitá data a statistické údaje o počtu SIM karet, koncových cenách nebo počtu originovaných jednotek poskytovaných touto společností, budou obsahovat výrazně větší počty originovaných minut a výrazně nižší průměrné ceny za všechny sledované jednotky jako minuty, SMS nebo přenesená data.

Závěr: Pokud by si jakýkoliv opravdu nezávislý MVNO, který nakupuje jednotlivé služby a balíčky na základě komerčně vyjednaných dohod, dovolil poskytovat takové služby a ceny jako O2 Family, došlo by během několika měsíců fungování k tak významným ztrátám, že by musel svoji činnost tento operátor ukončit.

O2 Family je tedy vždy v textu analýzy zcela chybně uváděno jako MVNO. Ve statistických údajích o počtu využitých minut nebo průměrných koncových cen MVNO jsou zahrnuty také údaje těchto společností. Což vzhledem k výše uvedenému logicky vede k tomu, že výsledná čísla a údaje v analýze budou výrazně zkreslená a neukazují správný stav na trhu.

Povinné referenční nabídky přístupu (řádky 712 a dále). Návrh na doplnění, změnu, zrušení nebo nahrazení textu ustanovení návrhu opatření:

Text přepracovat tak, aby bylo zřejmé, že MNO nesplnili závazek z aukce kmitočtů z let 2013 a 2016 způsobem, který by umožnil zájemcům o poskytování služeb přístup ke službám prostřednictvím této sítě minimálně ve stejném rozsahu a kvalitě, v jakém je úspěšný MNO sám poskytuje svým zákazníkům, přičemž nabídka musí umožňovat stejně efektivnímu operátorovi ziskové podnikání na podřazeném trhu nebo trzích.

Formálně předložené nabídky vytvářejí i po dílčích úpravách vysokou ekonomickou bariéru pro nově vstupující subjekty na trh mobilní originace a v praxi proto nebyly nikdy využity. Zejména je nutné uvést, že podmínky velkoobchodní nabídky jsou významnou překážkou spojenou s kontrolou infrastruktury nespolehlivě duplikovatelné.

Odůvodnění:

Všichni významní MNO nastavili ve svých nabídkách cenové parametry tak, že v rozporu s přijatým závazkem **neumožňují jiným poskytovatelům služeb ziskové podnikání.** Zatímco průměrná maloobchodní cena přeneseného 1 MB dat uváděná v materiálu ČTÚ je 0,11 Kč až 0,16 Kč (podle způsobu výpočtu), nejnovější referenční velkoobchodní nabídka T-Mobile je 0,196 Kč/MB + jednorázových 24,8 mil. Kč (citováno dle Monitorovací zprávy ČTÚ za srpen 2017). **Využití takových nabídek by vedlo k trvalým a prohlubujícím se ztrátám i při nulových provozních nákladech MVNO.** Původní referenční nabídky byly ještě méně výhodné. Výsledkem je trvajících ekonomická bariéra pro nezávislé MVNO nabízet konkurenceschopné mobilní služby tuzemským uživatelům.

Protisoutěžní charakter veřejných nabídek MNO vynikne, vezmou-li se v úvahu širší souvislosti na předmětném trhu. Po většinu doby zavádění LTE nebyly nezávislým MVNO na základě individuálních smluv sítě 4G zpřístupněny vůbec, nebo s horšími parametry. Současně došlo k omezování technologií 3G, takže MVNO se na poskytování perspektivních služeb nemohli efektivně podílet ani mimo rámec povinných veřejných nabídek. Materiál ČTÚ tyto skutečnosti neuvádí.

Vliv cen za terminaci (řádky 916 – 924 a 944 – 946). Návrh na doplnění, změnu, zrušení nebo nahrazení textu ustanovení návrhu opatření:

Nahradit dotčený odstavec formulací „ceny za terminaci se na vymezeném velkoobchodním trhu neprojeví“.

Odůvodnění:

Výnosy ani náklady terminace nejsou virtuálním operátorům vůbec přeučtovávány a jejich pokles tudíž nemá žádný vliv na ekonomiku MVNO. Kromě toho, při symetrickém provozu se ceny za terminaci uplatní jen v případě, že jsou odlišné (např. terminace volání z pevných do mobilních sítí je dražší než v opačném směru, takže síťoví mobilní operátoři vydělávají).

Speciálním případem je nová regulace roamingu, která výrazně zhoršuje bilanci všech mobilních operátorů, zejména u příchozího hlasového roamingu do zemí EU. Poskytovatelé hradí roamingové poplatky zahraničním operátorům, aniž by je účtovali svým zákazníkům. U síťových operátorů je tento negativní dopad kompenzován terminačními poplatky zahraničních operátorů za roaming do ČR, naopak žádný MVNO však tuto možnost pochopitelně nemá a celý příchozí roamingový provoz musí plně zaplatit ze svého rozpočtu.

Podmínky uzavřených komerčních dohod, ceny a replikovatelnost služeb (řádky 961 – 1074). Návrh na doplnění, změnu, zrušení nebo nahrazení textu ustanovení návrhu opatření:

Text přepracovat tak, aby bylo jednoznačně uvedeno, že **podmínky uzavřených komerčních dohod ukazují na jasné tržní selhání**, protože obsahují v řadě případů kromě řady omezujících podmínek včetně exkluzivity také výrazně vyšší ceny, než jsou katalogové maloobchodní ceny MNO. A dále, že rozdíly ve vyjednaných komerčních dohodách jsou tak malé, že nemotivují MVNO, aby si vybral toho MNO/MVNE, který vyhovuje lépe jeho obchodnímu záměru.

Odůvodnění:

V textu na řádce 968 je formulace, kterou se snažíme rozporovat již dlouhodobě. Situace na trhu je zcela opačná. Úřad uvádí, že „...je velká variabilita předložených smluvních ujednání, respektive typu uzavíraných smluv, které motivuje MVNO vybrat si toho MNO/MVNE, který nejlépe vyhovuje jejich obchodnímu záměru...“.

Na základě komunikace se zástupci jednotlivými MVNO a zájemci o provozování MVNO, kteří měli možnost se zúčastnit jednání s MNO/MVNE, uvádíme následující:

Za současného stavu mobilního trhu je podle našich zkušeností velmi složité, ne-li přímo nemožné, začít vyjednávat o sjednání jakékoliv komerční dohody přímo s MNO. Pokud zástupce operátora MNO vůbec umožní nějaké vstupní jednání, požaduje neúměrně vysoké počáteční investice ve formě nákladů na úpravu svých systémů, vysoké finanční zajištění ve formě zálohy, složení vysokých finančních částek na účet a garanci marketingových závazků.

Přestože pak podmínky všech MNO nebo MVNE mohou jevit dojem variability, reálná obchodní situace je značně odlišná. Rozdíly jsou ve výsledku minimální, naopak technické, smluvní a jiné překážky související například s přenosem čísel k jinému MNO nebo MVNE jsou tak velké, že prakticky znemožňují si „vybrat“ jiného poskytovatele.

Ceny a replikovatelnost služeb (řádky 1029 – 1050). Návrh na doplnění, změnu, zrušení nebo nahrazení textu ustanovení návrhu opatření:

Text přepracovat tak, aby bylo jednoznačně uvedeno, že **velkoobchodní ceny pro nezávislé MVNO neumožňují replikovat nejen retenční a firemní nabídky MNO, ale v řadě případů ani katalogové maloobchodní ceny MNO.**

Odůvodnění:

AČVO má k dispozici velké množství údajů svědčících o tom, že velkoobchodní ceny nedovolují MVNO efektivně konkurovat nabídkám MNO pro maloobchodní zákazníky.

V případě nabídky neomezeného volání s balíčky dat jsou velkoobchodní ceny až několikanásobně vyšší, než katalogová cena pro běžné koncové zákazníky na prodejnách.

V případě uživatelů s menším objemem volání (do cca 50 jednotek) obsahují velkoobchodní nabídky vysoké měsíční náklady za aktivní SIM a tím zvyšují velkoobchodní cenu na téměř dvojnásobek koncové prodejní ceny spotřebovaných jednotek provozu.

Postačuje uvést, že nákupní ceny MVNO jsou o cca 50 % vyšší, než je průměrné ARPU v ČR (196 Kč až 253 Kč), přestože průměrné objemy provozu na 1 SIM v ČR (je uváděna měsíční spotřeba 118,5 min. volání + 51 SMS + data 700 MB) jsou o desítky procent nad průměrnou spotřebou zákazníků MVNO. Přitom MNO vykazují EBITDA marže okolo 30 %, zatímco EBITDA marže MVNO se pohybují v blízkosti nuly. Replikovatelnost nabídky mohou MVNE/MVNO dosáhnout pouze u rezidentních zákazníků se spotřebou, která se blíží průměru. Avšak pouze s tím, že rezidentní zákazník nepotřebuje data, protože nákupní velkoobchodní cena za průměrně spotřebovaných 700 MB je několikanásobně vyšší než katalogová cena pro rezidentní zákazníky na prodejnách!

Vzhledem k tomu, že velkoobchodní ceny stagnují (viz řádky 1499 – 1503), zatímco maloobchodní ceny MNO klesají (u dat o 75 % za dobu existence MVNO v ČR – viz řádka 1420), pozice MVNO se dlouhodobě zhoršuje.

Maloobchodní trh (řádky 1147 – 1307). Návrh na doplnění, změnu, zrušení nebo nahrazení textu ustanovení návrhu opatření:

Text upravit dle odůvodnění:

- a) **Počty SIM nejsou vhodným ukazatelem pro analýzu trhu, protože nepřihlíží k převážně slabší spotřebě služeb zákazníků MVNO oproti celostátnímu průměru. Velké množství nových i stávajících MVNO navíc využívá prodejní taktiku, kdy nabízí takzvané předaktivované SIM. Tyto SIM karty pak zvyšují ve statistikách výrazně počty nových aktivací a celkový počet SIM na trhu. Neukazují však v žádném případě opravdový a pravdivý stav na mobilním trhu.**

- b) Tržní síla a vyjednávací pozice operátorů se odvozuje od celkových objemů služeb v hmotném a finančním vyjádření. Bude-li v tomto smyslu analýza doplněna, ukáže se ještě lépe, že za stávajících podmínek je konkurenční působení MVNO na maloobchodním trhu nedostatečné.
- c) Výsledná data výrazně zkrsluje chybné zařazení do jednotlivých segmentů tak, jak upozorňujeme v připomínce č.2 (rozdělení do segmentů A1, B1, A2, B2). Zejména nabídky O2 Family podle našeho názoru nemohou být zařazeny do kategorie MVNO, protože významná část uživatelů jsou zaměstnanci podniků, kteří mají zcela odlišné cenové podmínky než koncoví zákazníci nezávislých MVNO. Zařazením tohoto subjektu mezi MVNO výrazně zkrslí veškerá statistická data v analýze. Aktivity O2 Family jsou naopak jedním z důkazů o selhání trhu, protože tímto účelově postaveným projektem ve své podstatě MNO vytlačuje ostatní MVNO z trhu.
- d) Sporné je i zařazení MVNO, kteří mají s MNO smlouvu typu **branded reseller**. Například ČEZ Mobil a TESCO Mobil jsou sice označeni jako majetkově nezávislí MVNO, ale všechny koncové ceny těchto MVNO jsou určovány hlavním poskytovatelem služby, kterým je mateřský MNO O2 Czech Republic.
- e) AČVO má k dispozici údaje, které svědčí o vyšších tržních podílech MVNO ve srovnatelných zemích. Například studie renomované firmy McKinsey z června 2014 uvádí obchodní podíly MVNO ve vyspělých evropských zemích v rozmezí 11 – 41 %, takže předpoklad o trvale nízkých obchodních podílech MVNO ve vyspělých zemích je přinejmenším sporný.
- f) Situace v segmentech A1 a A2 (řádky 1234 – 1249) je popsána bez zahrnutí alternativních operátorů a o jejich tržním postavení nic nevyovídá. Nevyvrací tudíž ani názor AČVO, že na spotřebitelském trhu je podíl nezávislých MVNO nepatrný a na firemním trhu alternativní operátoři prakticky nepůsobí.

Velkoobchodní trh (řádky 1308 – 1316). Návrh na doplnění, změnu, zrušení nebo nahrazení textu ustanovení návrhu opatření:

Považujeme za zásadní doplnit, že slibný rozvoj podnikání MVNO a MVNE v období od poloviny roku 2013 do počátku roku 2015 byl přerušen v důsledku změn regulačního prostředí na českém trhu.

Odůvodnění:

Z Grafu 22 je na první pohled patrné, že rozvoj velkoobchodního trhu probíhal ve dvou fázích. Za tři pololetí od poloviny roku 2013 do konce roku 2014 přibýlo virtuálním operátorům více než 800 tis. SIM (a tempo růstu se zvyšovalo), v období dalších čtyř pololetí se počet velkoobchodně prodaných SIM zvýšil jen o cca 150 tis. SIM (a přírůstky se snižují). Stejný obraz poskytuje i bilance počtu MVNO v Grafu 41. Tato skutečnost je v materiálu ČTÚ opomenuta.

Rozvojová fáze velkoobchodního trhu souvisela s oznámením ČTÚ o zahájení analýzy RT8 dne 21. 12. 2012. Tento krok byl ze strany ČTÚ zcela zásadní pro vstup prvních MVNO na trh. Naopak ihned po vydání OOP/1/4.2015-2 dne 1. 4. 2015, kterým se analýza RT8 rušila, začali síťoví operátoři MNO okamžitě měnit svoje chování a začali blokovat jakékoliv návrhy a žádosti MVNO na úpravu smluvních velkoobchodních podmínek u již sjednaných komerčních dohod.

To je jasným důkazem, že trvalá pozornost regulátora na relevantním trhu mobilní originace je nezbytná a podle našeho názoru je zavedení regulačních opatření jediná možná cesta k nápravě.

Závěr k vývoji cen (řádky 1511 – 1521). Návrh na doplnění, změnu, zrušení nebo nahrazení textu ustanovení návrhu opatření:

Do závěru doplnit, že stagnace velkoobchodních cen při poklesu maloobchodních cen u MNO je projevem stlačování marží, které u SMS a datových služeb dosáhlo stavu záporných marží u legálně fungujících MVNO, zatímco u branded resellerů, majetkově propojených operátorů a přeprodejců firemních tarifů (z rámcových smluv) k tomu nedochází. To není znakem fungujícího konkurenčního prostředí. Dále doplnit, že MVNO se nemohou účastnit obchodní soutěže na segmentu firemních zákazníků a jejich vliv tudíž nelze posoudit.

Odůvodnění:

Nezávislí MVNO přebírají část činností od MNO, které zahrnují mimo jiné marketing a prodej služeb, péči o zákazníky, administraci a výběr plateb, vyřizování reklamaci či vymáhání pohledávek, a tudíž i související podíl provozních nákladů. Proto je pro MNO velkoprodej výhodnější a to by mělo být promítnuto do cen. Ve skutečnosti je **velkoobchodní cena vyšší o 16 % u SMS a dokonce o 69 % u dat!** To je typický případ nedovolené praktiky stlačování marží („margin squeeze“). U datových služeb k tomu přispívá obtížná dostupnost velkých (nebo neomezených) datových balíčků pro MVNO. AČVO na tyto praktiky Úřad opakovaně upozorňovala.

V nedávné době proběhlo několik jednání o možnosti převzetí zákaznického portfolia některých firem, které nabízí zaměstnanecké programy některým z řádně registrovaných MVNO působícími na trhu. Přitom se ukázalo, že **velkoobchodní ceny MVNO jsou vyšší než ceny pro menší firmy a podnikatele.** Cenová nerovnováha tak poškozuje nejen podnikání MVNO, ale působí i strukturální problémy na mobilním trhu. Znovu opakujeme, že rozdíl ceny pro podnikatele a rezidentní zákazníky je výrazně vyšší než uvádí předložené údaje od MNO.

Závěr k vývoji trhu (řádky 1572 – 1575). Návrh na doplnění, změnu, zrušení nebo nahrazení textu ustanovení návrhu opatření:

Text nahradit větou „Na základě dosavadních zkušeností s působením MVNO na trhu mobilní originace Úřad konstatuje, že kritérium chování trhu hovoří ve prospěch předpokladu, že překážky vstupu budou v případě neuplatnění regulace stále přetrvávat“.

Odůvodnění:

Jak AČVO uvádí **podrobněji výše, neakceptovatelnost veřejné velkoobchodní nabídky, ani zhoršující se možnost replikovat nabídky MNO, ani stagnace tržních podílů MVNE/MVNO nevytvářejí předpoklady, že překážky vstupu na trh se budou snižovat.**

II. STANOVISKA A NÁZORY K NÁVRHU OPATŘENÍ:

AČVO si velmi váží rozhodnutí ČTÚ revidovat OOP/1/4.2015-2 dne 1. 4. 2015 na základě upřesněné definice relevantního trhu mobilní originace. Jde zejména o rychle se rozvíjející oblast datových služeb, kam nezávislí virtuální operátoři vstupují se zpožděním způsobeným odrazujícími podmínkami velkých síťových operátorů. Je zřejmé, že bez regulačního zásahu Úřadu nedojde k nápravě.

Při diskuzích k nedávno projednávané novele Zákona o elektronických komunikacích bylo často zmiňováno, že k dalšímu snižování spotřebitelských cen mobilních služeb může dojít posílením tržního postavení nezávislých MVNO. Členové naší asociace jsou připraveni tuto roli naplňovat, pokud budou mít adekvátní velkoobchodní přístup ke službám z hlediska technických parametrů i nákupních cen. Jejich vyjednávací síla však není k dosažení rovnováhy mezi maloobchodními a velkoobchodními nabídkami postačující.

Členové asociace jsou připraveni konstruktivně spolupracovat při dopracování regulačního rámce na trhu mobilní originace ve prospěch posílení konkurence a tím i všech uživatelů mobilních služeb.

Datum: 17. 10. 2017

Pavel Humpolík, předseda

Podpis:

