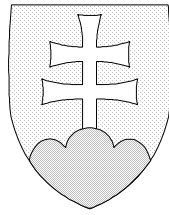


# PROTIMONOPOLNÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY



## ROZHODNUTIE

Číslo: 2003/ZK/2/1/257

Bratislava 12.11.2003

Protimonopolný úrad Slovenskej republiky, odbor zneužívania dominantného postavenia v správnom konaní začatom dňa 29.05.2003 na podnet Slovenských telekomunikácií, a.s., Námestie slobody 6, 817 62 Bratislava vo veci možného zneužitia dominantného postavenia podnikateľom spoločnosti Orange Slovensko, a.s., Prievozská 6/A, 821 09 Bratislava

### **rozhodol:**

na základe § 32 ods. 2 písm. c) zákona č. 136/2001 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení zákona Slovenskej národnej rady č. 347/1990 Zb. o organizácii ministerstiev a ostatných ústredných orgánov štátnej správy Slovenskej republiky v znení neskorších predpisov v znení zákona č. 465/2002 Z. z. tak, že správne konanie **zastavuje**, pretože dôvod na konanie nebol daný.

## **Odôvodnenie:**

Dňa 29.05.2003 obdržal Protimonopolný úrad Slovenskej republiky, odbor zneužívania dominantného postavenia (ďalej len „úrad“) podnet Slovenských telekomunikácií, a.s., Námestie slobody 6, 817 62 Bratislava (ďalej len „Slovenské telekomunikácie, a.s.“) voči spoločnosti Orange Slovensko, a.s., Prievozská 6/A, 821 09 Bratislava (ďalej len „Orange Slovensko, a.s.“), čím na základe § 25 ods. 1 zákona č. 136/2001 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení zákona Slovenskej národnej rady č. 347/1990 Zb. o organizácii ministerstiev a ostatných ústredných orgánov štátnej správy Slovenskej republiky v znení neskorších predpisov v znení zákona č. 465/2002 Z. z. (ďalej len „zákon“) v spojení s § 18 ods. 2 zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní v znení zákona č. 215/2002 Z. z. (ďalej len „správny poriadok“) začalo správne konanie vo veci možného zneužitia dominantného postavenia spoločnosťou Orange Slovensko, a.s. v súvislosti s užívateľským programom spoločnosti Orange Slovensko, a.s. „Paušál 30 Mini“ formou dočasného zneužívania ekonomickej sily s cieľom vylúčiť súťaž podľa § 8 ods. 2 písm. e) zákona.

Dňa 05.06.2003 úrad prerokoval a zaslal predmetný podnet Telekomunikačnému úradu SR, Továrnská 7, 810 06 Bratislava (ďalej len „Telekomunikačný úrad SR“) so žiadosťou o stanovisko, či niektoré skutočnosti uvedené v tomto podnete spadajú do kompetencie Telekomunikačného úradu SR. Dňa 18.06.2003 obdržal úrad stanovisko Telekomunikačného úradu SR, podľa ktorého posudzovanie cien účtovaných spoločnosťou Orange Slovensko, a.s. koncovým užívateľom, posudzovanie prepojujúcich poplatkov z hľadiska ekonomicky oprávnených nákladov (posledný odsek bodu 1.2 podnetu) a posudzovanie konaní uvedených v bode 2.1 a 2.2 predmetného podnetu je v kompetencii Telekomunikačného úradu SR.

Na základe tohto úrad v zmysle § 20 zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní v znení zákona č. 215/2002 Z. z. o elektronickom podpise a o zmene a doplnení niektorých zákonov postúpil podnet Slovenských telekomunikácií, a.s. na vybavenie, a to v časti posudzovania cien účtovaných spoločnosťou Orange Slovensko, a.s. koncovým užívateľom, posudzovania prepojujúcich poplatkov z hľadiska ekonomicky oprávnených nákladov a posudzovania konaní uvedených v bode 2.1 a 2.2 predmetného podnetu. Úrad ďalej pokračoval v správnom konaní vo veci možného zneužitia dominantného postavenia spoločnosťou Orange Slovensko, a.s. formou dočasného zneužívania ekonomickej sily s cieľom vylúčiť súťaž podľa § 8 ods. 2 písm. e) zákona.

Slovenské telekomunikácie, a.s. zároveň požiadali o vydanie predbežného opatrenia, ktorým by úrad zastavil poskytovanie služby „Paušál 30 Mini“. Úrad dospel k záveru, že nie je dôvod na vydanie predbežného opatrenia a preto nevyužil možnosť vydať podľa § 43 správneho poriadku predbežné opatrenie, ktorým by zastavil poskytovanie služby „Paušál 30 Mini“.

Podľa § 2 ods. 1 zákona sa zákon vzťahuje na podnikateľov, orgány štátnej správy a orgány územnej samosprávy. Podľa § 3 ods. 2 zákona podnikateľ na účely tohto zákona je podnikateľ podľa osobitného predpisu (§ 2 Obchodného zákonníka) ďalej fyzická osoba a právnická osoba a ich združenia, ak ide o ich činnosti a konania, ktoré súvisia alebo môžu súvisieť so súťažou bez ohľadu na to, či tieto činnosti a konania sú alebo nie sú zamerané na dosahovanie zisku.

Spoločnosť Orange Slovensko, a.s., ako vyplýva z výpisu z Obchodného registra Okresného súdu Bratislava I, oddiel: Sa, vložka č: 1142/B, je právnická osoba s právnou formou akciová spoločnosť. V predmete činnosti má spoločnosť Orange Slovensko, a.s. zapísané široké spektrum činností napr. zriaďovanie a prevádzkovanie verejných mobilných telekomunikačných sietí, poskytovanie verejnej telefónnej služby, poskytovanie verejnej dátovej služby, atď.

Z vyššie uvedených skutočností vyplýva, že spoločnosť Orange Slovensko, a.s. je podnikateľom podľa § 2 zákona č. 513/1991 Zb. Obchodného zákonníka v znení neskorších predpisov, čiže je podnikateľom aj podľa § 3 ods. 2 zákona.

Slovenské telekomunikácie, a.s., ako vyplýva z výpisu z Obchodného registra Okresného súdu Bratislava I, oddiel: Sa, vložka č: 2081/B, sú právnická osoba s právnou formou akciová spoločnosť. V predmete činnosti majú zapísané široké spektrum činností napr. prenos všetkých signálov a informácií po jednotnej telekomunikačnej sieti, s výnimkou jej častí výhradne vymedzených iným prevádzkovateľom, prenos, vysielenie a príjem rozhlasových, televíznych a ostatných komunikačných signálov pre prevádzkovateľov zo zákona a pre prevádzkovateľov na základe udelených licencií, poskytovanie telekomunikačných a rádiokomunikačných služieb za úhradu, atď.

Z vyššie uvedených skutočností vyplýva, že spoločnosť Slovenské telekomunikácie, a.s. je podnikateľom podľa § 2 zákona č. 513/1991 Zb. Obchodného zákonníka v znení neskorších predpisov, čiže je podnikateľom aj podľa § 3 ods. 2 zákona.

Podľa § 25 ods. 3 zákona účastníkmi konania sú navrhovateľ a podnikatelia o ktorých právach, právom chránených záujmoch a povinnostiach ustanovených zákonom sa má rozhodnúť. Účastníkmi tohto konania sú spoločnosti Orange Slovensko, a.s. a Slovenské telekomunikácie, a.s.

Pre posúdenie zneužívania dominantného postavenia na relevantnom trhu úrad najskôr definoval relevantné trhy.

#### **A. RELEVANTNÉ TRHY:**

Podľa ustanovenia § 3 ods. 3 zákona relevantný trh je priestorový a časový súbeh ponuky a dopytu takých tovarov (tzn. podľa § 1 zákona pojem tovar označuje výrobky, výkony, práce alebo služby), ktoré sú na uspokojenie určitých potrieb z hľadiska užívateľa zhodné alebo vzájomne zastupiteľné.

Podľa ustanovenia § 3 ods. 4 zákona tovarový relevantný trh zahŕňa zhodné alebo vzájomne zastupiteľné tovary schopné uspokojiť určitú potrebu užívateľov.

Podľa ustanovenia § 3 ods. 5 zákona vzájomne zastupiteľné tovary sú tovary, ktoré sú zastupiteľné najmä z hľadiska ich fyzikálnych a technických charakteristík, ceny a účelu použitia.

Podľa ustanovenia § 3 ods. 6 zákona priestorový relevantný trh je vymedzený územím, na ktorom sú súťažné podmienky také homogénne, že toto územie môže byť oddelené od ostatných území s odlišnými súťažnými podmienkami.

Určenie tovarového relevantného trhu vychádza z toho, ktoré tovary, v tomto prípade služby, sú zhodné alebo vzájomne zastupiteľné a sú schopné uspokojiť určitú potrebu užívateľov. Vzájomne zastupiteľné tovary sú tovary, ktoré sú zastupiteľné z hľadiska ich fyzikálnych a technických charakteristík, ceny a účelu použitia.

Verejná telekomunikačná služba je telekomunikačná služba, z ktorej poskytovania nie je vopred vylúčený žiadny záujemca o jej využitie. Verejné telekomunikačné služby sú najmä verejná telefónna služba a verejná služba prenosu dát. Produkt Paušál 30 mini je verejná telefónna služba, čiže telekomunikačná služba určená na komerčné poskytovanie priameho prenosu reči v reálnom čase prostredníctvom verejnej prepájanej siete alebo sietí tak, že ktorýkoľvek užívateľ môže používať zariadenie pripojené na koncový bod siete na komunikáciu s ďalším užívateľom zariadenia pripojeného na iný koncový bod.

Paušál 30 mini je produkt, ktorý v sebe zahŕňa 30 predplatených minút na hovory do siete Orange Slovensko, a.s. a siete Slovenských telekomunikácií, a.s. za mesačný poplatok 169 Sk bez DPH. Sekundová tarifikácia sa v rámci tohto programu uplatňuje od 1. sekundy. Prípadné neprevolané minúty sú prenesené do ďalšieho mesiaca. Po prevolaní predplatených minút sú ďalšie minúty resp. sekundy nad predplatené minúty spoplatňované podľa osobitného cenníka. Tieto ceny sú odlišné pre volania do sietí každého telekomunikačného operátora (pozri tabuľku č. 1).

Tab. č. 1.

	sieť <b>Orange</b> SK/min	primárna oblasť siete <b>ST</b> SK/min	ostatné oblasti siete <b>ST</b> SK/min	sieť <b>Eurotel</b> SK/min
silná prevádzka	7,90	3,70	7,90	11,90
slabá prevádzka	4,90	2,00	3,00	6,90
víkendy	4,90	2,00	3,00	6,90

Pokiaľ ide o segment trhu, na ktorý je produkt Paušál 30 mini zameraný, tento produkt je produktom určeným pre tzv. light – users (zriedkaví používatelia) t.j. najmä na príjem volaní od príbuzných a ako komunikačný prostriedok pre prípad núdze a potrebu privolať pomoc. Ide teda o užívateľov s nižšími komunikačnými potrebami, ako aj s nižšími príjmami, veľmi senzitívnymi na výšku mesačného paušálu, necestujúcimi, nepoužívajúcimi internet a používajúcimi hlasové služby skôr pasívne a takmer výhradne vo svojej domácnosti, čiže najmä ľudí v postproduktívnom veku a osamelo žijúcich ľudí. Paušál 30 mini je zameraný najmä na trh domácností, ktoré neminú na telefonovanie viac ako 230 Sk bez DPH mesačne.

Nakoľko produkt Paušál 30 mini je telekomunikačná služba určená na prenos hlasu, úrad ďalej skúmal, či Paušál 30 mini má substitút tzn. či je tento produkt zastupiteľný inou telekomunikačnou službou určenou na prenos hlasu v zmysle § 3 ods. 5 zákona.

Vo všeobecnosti možno produkty telekomunikačných spoločností určené na prenos hlasu rozdeliť na dve základné kategórie. Prvou kategóriou sú užívateľské programy (tzv. postpaid), ako napr. Paušál 30 mini, Paušál 1000, ST Mini, ST Maxi, 1000 Plus, atď. Druhou kategóriou sú predplatené programy (tzv. prepaid) ako produkty Prima a Easy.

Užívateľské programy v sebe zahŕňajú určitý predplatený počet jednotiek času (v prípade mobilných operátorov môžu byť zahrnuté aj SMS), za ktoré zákazník platí poplatok. Tento poplatok je obvykle fakturovaný mesačne a zahŕňa v sebe jednak poplatok za vopred dojednaný počet minút (resp. sekúnd) tzv. „paušál“, ako aj poplatky za prípadné hovory nad paušál alebo za iné služby navyše, ktoré zákazník v danom fakturačnom období využil. Celková suma za mesiac je uvedená na faktúre, ktorú telekomunikačná spoločnosť vystaví svojmu zákazníkovi raz mesačne.

Podľa počtu a typu predplatených jednotiek času zahrnutých v užívateľskom programe sa rozlišuje niekoľko modifikácií užívateľských programov. Ku každému užívateľskému programu existuje aj cenník hovorov nad predplatený „paušál“.

Zákazník, ktorý je užívateľom niektorého užívateľského programu je v zmluvnom vzťahu s telekomunikačnou spoločnosťou, ktorej je zákazníkom. Užívateľské programy využívajú najmä zákazníci, ktorých potreba komunikácie dosiahla určitý stupeň zrelosti, majú pravidelný príjem, zákazníci, ktorí preferujú pravidelnosť a vedia, že ich komunikačné potreby sú každý mesiac na zhruba rovnakej úrovni, nemajú záujem o pravidelné sledovanie kreditu a jeho dobíjanie.

Pri predplatených programoch (karta Prima a karta Easy) si zákazník podľa svojich osobných potrieb „dobíja“ svoju kartu a za tento kredit uskutočňuje hovory. Čiastky za hovory alebo iné služby (napr. SMS) sú odpočítavané priamo z kreditu okamžite po využití predmetnej služby. Po každom hovore (resp. po využití inej služby) je zákazníkovi doručená správa o aktuálnej výške kreditu po uskutočnenom hovore (resp. je možné ináč zistiť výšku zostávajúceho kreditu), nakoľko medzi telekomunikačnou spoločnosťou a zákazníkom neexistuje zmluvný vzťah, a teda ani žiadne faktúry.

Predplatené programy využívajú zákazníci, ktorých možno charakterizovať ako mladí ľudia, študenti, prípadne dôchodcovia, ktorí nemajú stály príjem alebo ich príjem je skôr nižší, majú nižšie a nestále komunikačné potreby, preferujú voľnosť bez zmluvných vzťahov a faktúr (nechcú alebo nemôžu sa viazať zmluvami, faktúrami alebo pravidelnými poplatkami a viac im vyhovuje „dobíjanie“ kreditu podľa aktuálnej potreby), využívajú telefón viac na prijímanie hovorov ako na ich uskutočňovanie (pasívna komunikácia) a využívajú menej služieb s pridanou hodnotou.

Na základe vyššie uvedených skutočností dospel úrad z záveru, že užívateľské programy (čiže aj produkt Paušál 30 mini) a predplatené programy (Prima a Easy) nie sú vzájomne zastupiteľné, nakoľko uspokojujú rôzne potreby užívateľov, a to z nasledovných dôvodov.

Zákazníci, ktorí preferujú pravidelnosť, vedia, že ich komunikačné potreby sú každý mesiac na zhruba rovnakej úrovni, nemajú záujem o pravidelné sledovanie kreditu a jeho dobíjanie a nevadí im zmluvný vzťah s telekomunikačnou spoločnosťou, si podľa výšky svojich ustálených komunikačných potrieb vyberú jeden z užívateľských programov. Naproti tomu, tí zákazníci, ktorí preferujú vzťah bez zmlúv a faktúr a potrebujú mať svoje telekomunikačné výdavky vždy pod kontrolou, ich komunikačné potreby ako aj príjmy nie sú pravidelné a sú skôr nižšie a hovory viac prijímajú ako ich uskutočňujú si vyberú niektorý z predplatených programov.

Zároveň je nevyhnutné uviesť, že v určitých prípadoch, aj keď ide o typovo úplne iné produkty, je segment zákazníkov produktu Paušál 30 mini, Prima a Easy charakterizovaný určitými spoločnými znakmi (nízke komunikačné potreby a príjem užívateľov, telefón je používaný skôr na príjem hovorov ako na volanie), čo vyplýva najmä z nižšej životnej úrovne obyvateľstva SR. Toto je však negované ostatnými špecifickými charakteristikami týchto produktov (pozri vyššie), t.j. vzájomná zastupiteľnosť je vyjadrená komplexným posúdením rôznych kritérií v konkrétnych podmienkach trhu. Teda k určitým malým prienikom v segmentoch týchto produktov dochádza, avšak iba v miere, ktorá je pre celkové posúdenie prípadu nepodstatná.

Okrem vyššie uvedeného, sú tu aj ďalšie odlišnosti. Kým Paušál 30 mini je zameraný najmä na domácnosti (t.j. najmä ľudí v postproduktívnom veku, osamelo žijúcich ľudí) a len okrajovo na iné segmenty, Prima je zameraná najmä na mladých ľudí, študentov a len okrajovo na domácnosti (ide teda o skupiny užívateľov, ktoré charakterizujú vyššie uvedené spoločné znaky: nízky príjem užívateľov, telefón je používaný skôr na príjem hovorov ako na volanie). V rámci domácností sa Prima, vzhľadom na zložitosť dobíjania kreditu (stieracie karty, bankomaty, teleplata), takmer vôbec neudomácnila. Paušál 30 mini je zameraný na zákazníkov, ktorých značná časť uskutočnených hovorov je smerovaná na pevnú linku. U zákazníkov EASY frekvencia volania na pevnú linku nezohráva tak významný vplyv ako volania do mobilných sietí.

Uvedené závery úradu potvrdzuje aj nasledovné. Z údajov predložených spoločnosťou Orange Slovensko, a.s. a Eurotel Bratislava, a.s. vyplýva, že po uvedení produktu Paušál 30 mini na trh, len x % (údaj je označený ako obchodné tajomstvo a je súčasťou spisového materiálu) z celkového počtu užívateľov produktu Prima prešlo na produkt Paušál 30 mini a len x % (údaj je označený ako obchodné tajomstvo a je súčasťou spisového materiálu) z celkového počtu užívateľov produktu Easy prešlo na produkt 20 + 20Viac, ktorý ako je nižšie uvedené je vzájomne zastupiteľný s produktom Paušál 30 mini. Počet užívateľov produktov Prima a Easy, ktorí prešli na produkty Paušál 30 mini a 20 + 20Viac je teda veľmi nízky, čo úrad považuje za dostatočný dôkaz o vzájomnej nezastupiteľnosti týchto produktov, a teda potvrdenie vyššie uvedených všeobecných záverov, že užívateľské programy (čiže aj produkt Paušál 30 mini) a predplatené programy (Prima a Easy) nie sú vo všeobecnosti vzájomne zastupiteľné, nakoľko uspokojujú rôzne potreby užívateľov. Orange Slovensko, a.s. a Eurotel Bratislava, a.s. tieto závery vo svojich vyjadreniach úradu potvrdili a uviedli, že produkty Prima a Easy nepredstavujú substitút produktu Paušál 30 mini. Navyše to, že došlo k prechodu z jedného produktu na iný, ešte samo o sebe nesvedčí o vzájomnej zastupiteľnosti týchto produktov.

Úrad teda ďalej hľadal možný substitút k produktu Paušál 30 mini iba v rámci užívateľských programov (tzv. postpaid).

V rámci skupiny užívateľských programov existuje množstvo produktov (napr. Orange Slovensko, a.s. – 15 produktov, Slovenské telekomunikácie, a.s. – 5 produktov), ktoré sa navzájom líšia hlavne počtom predplatených minút a cenou (mesačným poplatkom) za tieto predplatené minúty, cenou za hovory nad paušál prípadne aj škálou služieb poskytovaných v súvislosti s týmito produktmi.

Hlavným a rozhodujúcim kritériom pre užívateľa pri výbere užívateľského programu je v prvom rade výška komunikačných potrieb užívateľa (30, 60, ... 1000 minút mesačne). V ďalšom kroku sa užívateľ rozhoduje podľa ceny, t.j. výšky mesačného poplatku a ceny za

hovory nad „paušál“. Každý užívateľ sa snaží nájsť produkt s vlastnosťami, ktoré sú z hľadiska jeho potrieb optimálne. Telekomunikačné potreby zákazníkov vyberajúcich si užívateľské programy sú ustálené, čiže každý zákazník si vyberá užívateľský program, ktorý poskytuje počet predplatených minút, ktorý je zhodný alebo sa približuje výške komunikačných potrieb užívateľa (30, 60, ... 1000 minút mesačne). Pre užívateľa, ktorý pretelefonuje mesačne zhruba 60 minút je najvhodnejšou alternatívou napr. produkt Paušál 60, avšak napríklad produkt spoločnosti Orange Slovensko, a.s. Paušál 500 s počtom 500 predplatených minút za niekoľkonásobne vyšší mesačný poplatok ako Paušál 60 je pre takéhoto užívateľa ekonomicky absolútne nevýhodný, a preto preňho nepredstavuje alternatívu.

Úrad teda ďalej skúmal, ktoré produkty na trhu SR sa počtom predplatených minút najviac približujú produktu Paušál 30 mini a teda aj potrebám užívateľov tohto produktu. Medzi produkty porovnateľné s produktom Paušál 30 mini z tohto hľadiska patria produkty G30 (Orange Slovensko, a.s.), ST Mini (Slovenské telekomunikácie, a.s.) a 20+20Viac (Eurotel Bratislava, a.s.).

### Produkt G30.

Produkt G30 je užívateľský program, ktorý v sebe zahŕňa 30 predplatených minút za mesačný poplatok 279 Sk bez DPH. Po prevolaní predplatených minút sú ďalšie sekundy nad predplatené minúty spoplatňované podľa osobitného cenníka. Produkt G30 ponúkala spoločnosť Orange Slovensko, a.s. svojim zákazníkom v minulosti, avšak momentálne tento produkt už vyše jeden a pol roka nefiguruje v aktuálnej ponuke spoločnosti Orange Slovensko, a.s. Nakoľko produkt G30 si už vyše jeden a pol roka nie je možné zakúpiť a je pre prípadných záujemcov nedostupný, tento produkt nepredstavuje reálnu konkurenciu pre produkt Paušál 30 mini, prípadne akýkoľvek iný produkt. Z tohto dôvodu úrad dospel k záveru, že produkt G30 nie je možné brať v úvahu pri definovaní relevantného trhu.

### Produkt ST Mini.

Produkt Slovenských telekomunikácií, a.s. ST Mini je volací program pre klasickú telefónnu linku domácností, v rámci ktorého sa uplatňuje sekundová tarifikácia po prvej minúte a ktorý v sebe zahŕňa 30 predplatených minút na hovory do siete Slovenských telekomunikácií, a.s. za mesačný poplatok 169 Sk bez DPH. Po prevolaní predplatených minút sú ďalšie minúty resp. sekundy nad predplatené minúty spoplatňované podľa osobitného cenníka. Tieto ceny sú odlišné pre volania do sietí každého telekomunikačného operátora (pozri tabuľku č. 2).

Tab. č. 2.

	Sieť <b>ST</b> – miestne hovory <i>SK/min</i>	Sieť <b>ST</b> – medzimesto <i>SK/min</i>	Sieť <b>Orange</b> <i>SK/min</i>	sieť <b>Eurotel</b> <i>SK/min</i>
Pracovný deň <b>7:00 – 19:00</b>	3,80	8,20	12,90	12,90
Pracovný deň <b>19:00 – 7:00</b>	2,40	3,80	7,50	7,50

Soboty a dni pracovného pokoja	2,00	3,00	7,50	7,50
--------------------------------	------	------	------	------

Tab. č. 3.

	<b>Paušál 30 mini</b>	<b>ST Mini</b>	<b>Cenové rozdiely v %</b>
	<i>SK/min</i>	<i>SK/min</i>	
<i>sieť Orange</i>			
silná prevádzka	7,90	12,90	63,3
slabá prevádzka	4,90	7,50	53,0
víkendy	4,90	7,50	53,0
<i>sieť ST</i>	<i>Primárna oblasť</i>	<i>Miestne hovory</i>	
silná prevádzka	3,70	3,80	2,7
slabá prevádzka	2,00	2,40	20,0
víkendy	2,00	2,00	0,0
	<i>Štandardná tarifa</i>	<i>Medzimestské hovory</i>	
silná prevádzka	7,90	8,20	3,8
slabá prevádzka	3,00	3,80	26,7
víkendy	3,00	3,00	0,0
<i>sieť Eurotel</i>			
silná prevádzka	11,90	12,90	8,4
slabá prevádzka	6,90	7,50	8,7
víkendy	6,90	7,50	8,7

Pri porovnaní produktov Paušál 30 mini a ST Mini zistil úrad nasledovné. Výška predplatených minút (30) a mesačného poplatku (169 SK bez DPH) za tieto minúty je identická v prípade oboch produktov. V prípade cien hovorov po prevolaní predplatených minút, ide o porovnateľné ceny, nakoľko len v troch prípadoch (ceny za hovory do siete Orange) z celkovo dvanástich sa rozdiely v cene pohybovali okolo 50 %. V ďalších dvoch prípadoch sa rozdiely pohybovali okolo 20 %, v dvoch prípadoch boli ceny identické a v ostatných prípadoch rozdiely v cenách neprekročili 10%. Z uvedeného je zrejmé, že ceny hovorov po prevolaní predplatených minút sú porovnateľné pri oboch produktoch.

Pokiaľ ide o segment, na ktorý je produkt ST Mini zameraný, tento je určený pre užívateľov klasickej telefónnej linky - domácnosti, ktorí hovory predovšetkým prijímajú, než aktívne realizujú, čiže užívateľov uskutočňujúcich nižší objem volaní.

Produkt ST Mini je teda zameraný na takmer rovnaký segment užívateľov ako produkt Paušál 30 mini. Výška komunikačných potrieb užívateľov oboch produktov sa pohybuje okolo 30 minút a preto obidva produkty ponúkajú svojim užívateľom identickú výšku predplatených minút za rovnaký mesačný poplatok 169 Sk bez DPH. Ceny hovorov po prevolaní predplatených minút sú porovnateľné pri oboch produktoch. Na základe vyššie uvedených dôvodov úrad dospel k záveru, že produkt ST Mini je vzájomne zastupiteľný s produktom Paušál 30 mini.



Záveru úradu potvrdili aj obaja účastníci konania, podľa ktorých pre tieto dva produkty existuje spoločný trh (viď napr. list Orange Slovensko, a.s. doručený úradu dňa 17.09.2003, listy Slovenských telekomunikácií, a.s. doručené dňa 16.07.2003 a 25.09.2003).

### Produkt 20+20Viac.

Produkt 20+20Viac je užívateľský program, v rámci ktorého sa uplatňuje sekundová tarifikácia od prvej sekundy. Tento program v sebe zahŕňa 40 predplatených minút a 20 voľných SMS správ za mesačný poplatok 199 Sk bez DPH. Z toho prvých 20 minút je určených na volania do všetkých sietí a druhých 20 minút na volania do siete Slovenských telekomunikácií, a.s. Tento produkt patrí k programom s nižšími mesačnými poplatkami a je zameraný na zákazníkov, ktorí majú záujem o lacnejšie telefonovanie na pevnú linku z mobilného telefónu. Po prevolaní predplatených minút sú ďalšie minúty resp. sekundy nad predplatené minúty spoplatňované podľa osobitného cenníka. Tieto ceny sú odlišné pre volania do sietí každého telekomunikačného operátora (pozri tabuľku č. 4)

Tab. č. 4.

	sieť <b>Orange</b>	sieť <b>ST</b>	sieť <b>Eurotel</b>
	SK/min	SK/min	SK/min
silná prevádzka	10,00	9,00	9,00
slabá prevádzka	5,00	4,50	4,50
víkendy	5,00	2,50	1,00

Tab. č. 5.

	<b>Paušál 30 mini</b>	<b>20+20Viac</b>	Cenové rozdiely v %
	SK/min	SK/min	
<i>vlastná sieť</i>			
silná prevádzka	7,90	9,00	13,9
slabá prevádzka	4,90	4,50	8,2
víkendy	4,90	1,00	79,6
<i>sieť ST</i>			
silná prevádzka	7,90	9,00	13,9
slabá prevádzka	3,00	4,50	50
víkendy	3,00	2,50	16,7
<i>sieť konkurenčného mob. operátora</i>			
silná prevádzka	11,90	10,00	16
slabá prevádzka	6,90	5,00	27,5
víkendy	6,90	5,00	27,5

Pri porovnaní produktov Paušál 30 mini a 20+20Viac úrad zistil nasledovné. Pri produkte 20+20Viac je výška predplatených minút vyššia o 33 % a mesačný poplatok vyšší o 17,75 %. V prípade cien hovorov po prevolaní predplatených minút, ide o porovnateľné ceny, nakoľko len v dvoch prípadoch z celkovo deväť je rozdiel 79,6 % resp. 50 %, v dvoch prípadoch sa rozdiel v cenách približuje k 30 % a v ostatných prípadoch rozdiel nepresiahol 20 %. Paušál 30 mini v porovnaní s 20+20Viac obsahuje ešte jednu tarifu po prevolaní predplatených minút navyše, a to tarifu pre volania do primárnych oblastí siete ST.

Produkt 20+20Viac je, rovnako ako produkt Paušál 30 mini, produkt s nižšími mesačnými poplatkami. Výška komunikačných potrieb užívateľov obidvoch produktov je približne rovnaká a obidva produkty ponúkajú svojim užívateľom podobnú výšku predplatených minút za porovnateľný mesačný poplatok (169 resp. 199 Sk bez DPH). Ceny hovorov po prevolaní predplatených minút sú porovnateľné pri obidvoch produktoch. Na základe vyššie uvedených dôvodov úrad dospel k záveru, že produkt 20+20Viac je vzájomne zastupiteľný s produktom Paušál 30 mini.

Záveru úradu potvrdila aj spoločnosť Orange Slovensko, a.s., podľa ktorej pre tieto dva produkty existuje spoločný trh (viď napr. list doručený úradu dňa 17.09.2003).

Na základe vyššie uvedeného možno zhrnúť, že produkty Paušál 30 mini, G30, ST Mini a 20+20Viac sa nachádzajú na jednom relevantnom trhu, ktorý je tvorený najmä ľuďmi v dôchodkovom veku alebo osamelými žijúcimi, ľuďmi s nižšími príjmami, veľmi senzitívnymi na výšku mesačného poplatku, necestujúcimi, nepoužívajúcimi internet a používajúcimi hlasové služby skôr pasívne a takmer výhradne v rámci svojej domácnosti. Dalším významným faktorom spoločným pre tieto produkty je skutočnosť, že v rámci predplatených minút je možné uskutočňovať hovory na pevnú linku. Ide o produkty určené zákazníkom, ktorí majú záujem o telefonovanie na pevnú linku. Tieto dôvody zároveň spôsobujú, že pre užívateľov týchto produktov je jedno, či majú k dispozícii mobilný telefón alebo pevnú linku, čo umožňuje ich vzájomnú zastupiteľnosť v rámci tohto relevantného trhu.

Na základe vyššie uvedených skutočností, úrad definoval tovarový relevantný trh takto:

**Tovarový relevantný trh poskytovania služieb prenosu hlasu prostredníctvom užívateľských programov Paušál 30 mini, ST Mini a 20+20Viac.**

Ďalšími produktmi, ktoré sa počtom predplatených minút najviac približujú produktu Paušál 30 mini a teda aj komunikačným potrebám užívateľov tohto produktu sú produkt spoločnosti Eurotel Bratislava, a.s. – 20Viac a produkt spoločnosti Slovenské telekomunikácie, a.s. – ST Standard (t.j. nejde o produkty Orange Slovensko, a.s.). Tieto produkty však pre potreby tohto správneho konania nebolo účelné ďalej analyzovať (pozri časť Dominantné postavenie).

Pokiaľ ide o ďalšie vyššie užívateľské programy, ktoré sa výškou predplatených minút najbližšie približujú k produktu Paušál 30 mini, ide o produkty Paušál 60, ST Maxi, 55Plus a 55Viac. Tieto produkty úrad nepovažoval za vzájomne zastupiteľné s produktom Paušál 30 mini, nakoľko výška predplatených minút je pri týchto produktoch až o 100 % resp. takmer 100 % vyššia. Tento rozdiel je príliš veľký na to, aby bol alternatívou pre užívateľov, ktorých

komunikačné potreby sa pohybujú okolo 30 minút mesačne. To isté platí aj pre ostatné užívateľské programy s ešte vyšším počtom predplatených minút.

Pri určení priestorového relevantného trhu vychádzal úrad zo skutočnosti, že tieto služby sú poskytované na celom území SR, preto priestorovým relevantným trhom je celé územie SR.

## **B. DOMINANTNÉ POSTAVENIE:**

Podľa § 8 ods. 1 zákona dominantné postavenie na relevantnom trhu má podnikateľ alebo niekoľko podnikateľov, ktorí nie sú vystavení podstatnej súťaži a ktorí sa vzhľadom na svoju ekonomickú silu môžu správať nezávisle. Existencia dominantného postavenia podnikateľa nie je porušením zákona. Porušením zákona je zneužitie dominantného postavenia. Schopnosť podnikateľa sťažovať udržiavanie efektívnej súťaže na relevantnom trhu je umožnená tým, že ako podnikateľ v dominantnom postavení sa môže správať zjavne nezávisle od svojich konkurentov aj zákazníkov.

Existencia dominantného postavenia môže pochádzať z niekoľkých faktorov, ale medzi týmito faktormi vysoko dôležitým je existencia veľmi veľkých trhových podielov. Podnikateľ, ktorý má veľmi veľký trhový podiel a udržuje si ho nejaký čas, je kvôli tomuto podielu v pozícii sily, ktorá ho robí nevyhnutným obchodným parterom a ktorá mu tiež zabezpečuje takú nezávislosť konania, ktorá je znakom dominantného postavenia. Veľký trhový podiel sám osebe ešte nemusí byť dôkazom dominantného postavenia, preto je nevyhnutné posudzovať tento podiel v kontexte s podielmi ostatných konkurentov na trhu a brať v úvahu najmä odstupy medzi podielmi jednotlivých konkurentov ako aj jeho vývoj v určitom časovom úseku. Komplexná analýza štruktúry trhu z hľadiska pozície najvýznamnejších súťažiteľov je pre skúmanie dominantného postavenia určitého podnikateľa nevyhnutná.

Ako kritérium, podľa ktorého úrad zisťoval podiely na relevantnom trhu, úrad zvolil počet užívateľov jednotlivých produktov. Konkrétne informácie o počte užívateľov boli označené ako obchodné tajomstvo a sú súčasťou spisového materiálu. Podľa údajov poskytnutých spoločnosťami Slovenské telekomunikácie, a.s., Orange Slovensko, a.s. a Eurotel Bratislava, a.s. bola situácia na relevantnom trhu v prvej polovici septembra nasledovná:

Tab. č. 6.

	Produkt	Počet užívateľov	Podiel na trhu
Orange Slovensko, a.s.	Paušál 30 miní	x užívateľov	x %
Slovenské telekomunikácie, a.s.	ST Mini	x užívateľov	x %
Eurotel Bratislava, a.s.	20+20Viac	x užívateľov	x %

Z tab. č. 6. vyplýva, že zjavne najsilnejším subjektom na definovanom relevantnom trhu sú Slovenské telekomunikácie, a.s. s výrazným trhovým podielom. Trhový podiel spoločnosti Orange Slovensko, a.s. je nízky a podstatne nižší ako podiel Slovenských telekomunikácií, a.s. Tento nízky trhový podiel nezakladá pre Orange Slovensko, a.s. postavenie na definovanom relevantnom trhu, ktoré by umožňovalo spoločnosti Orange Slovensko, a.s. správať sa na tomto trhu nezávisle. Spoločnosť Orange Slovensko, a.s. je

vystavená podstatnej súťaži na definovanom relevantnom trhu, na ktorom prebieha živý konkurenčný boj o zákazníka, nakoľko na tomto trhu pôsobí od 01.05.2002 konkurent (Slovenské telekomunikácie, a.s.) s momentálne výrazne silnejším postavením. Spoločnosť Orange Slovensko, a.s. pôsobí na definovanom relevantnom trhu iba od mája 2003, čiže len 6 mesiacov. Počas tejto krátkej doby si spoločnosť Orange Slovensko, a.s. na definovanom relevantnom trhu nevybudovala pozíciu, ktorá by jej umožnila správať sa na tomto trhu nezávisle od svojich konkurentov a zákazníkov, pričom treba zdôrazniť, že ide o trh dynamicky sa rozvíjajúci, čo je faktor znižujúci pravdepodobnosť získania dominantného postavenia niektorého účastníka trhu. Tesne po spoločnosti Orange Slovensko, a.s. navyše vstúpil na definovaný relevantný trh aj tretí konkurent, spoločnosť Eurotel Bratislava, a.s., čím sa súťaž na tomto trhu stala intenzívnejšou.

Všetci účastníci definovaného relevantného trhu sú subjekty s významným ekonomickým potenciálom v rámci Slovenskej republiky, ktoré dlhodobo pôsobia na telekomunikačnom trhu SR a ktoré medzi sebou súťažia aj na niektorých iných segmentoch telekomunikačného trhu. Ekonomická sila, právne a technologické zázemie týchto telekomunikačných operátorov je porovnateľné, nakoľko každý z nich je súčasťou silných nadnárodných spoločností.

Na základe vyššie uvedených skutočností úrad dospel k záveru, že spoločnosť Orange Slovensko, a.s. **nemá dominantné postavenie** podľa § 8 ods. 1 zákona na relevantnom trhu poskytovania služieb prenosu hlasu prostredníctvom užívateľských programov Paušál 30 mini, ST Mini a 20+20Viac.

V súlade s § 33 zákona, úrad vyzval účastníkov konania listom zn. 6452/1/PMÚ SR/2003 a listom zn. 6452/2/PMÚ SR/2003 zo dňa 20.10.2003, aby sa ústne alebo písomne vyjadrili k predmetu konania a k výsledkom šetrenia, ktoré úrad vo veci vykonal.

Dňa 24.10.2003 bola úradu doručená odpoveď spoločnosti Orange Slovensko, a.s. na výzvu, v ktorej spoločnosť Orange Slovensko, a.s. nevyslovila námietky voči skutočnostiam uvedeným v predmetnej výzve.

Dňa 30.10.2003 bola úradu doručená odpoveď spoločnosti Slovenské telekomunikácie, a.s. na výzvu, ktorou sa Slovenské telekomunikácie, a.s. vyjadrili k predmetu konania a k výsledkom šetrenia. Slovenské telekomunikácie, a.s. vyslovili nasledovné námietky.

#### K bodu 1.1.1.

Slovenské telekomunikácie, a.s. uvádzajú, že Paušál 30 mini je konštruovaný za účelom, aby pritiahol čo najviac zákazníkov z produktov ST Mini, ST Standard a ST Maxi, o čom svedčí aj reklamný slogan „Paušál 30 mini nahradí Vašu pevnú linku“. Podľa Slovenských telekomunikácií, a.s. by teda na rovnaký trh ako Paušál 30 mini mali patriť aj tieto vyššie uvedené produkty Slovenských telekomunikácií, a.s. ako aj produkty spoločnosti Orange Slovensko, a.s., a to Prima, Paušál 60 a Paušál 80. K tomu uvádzame nasledovné.

Reklamný slogan „Paušál 30 mini nahradí Vašu pevnú linku“ bol dávaný do súvislosti vždy len s produktom ST Mini, nakoľko produkt Paušál 30 mini bol počas reklamnej kampane porovnávaný len s produktom ST Mini. Tento reklamný slogan je vytrhnutý z kontextu, preto tento argument Slovenských telekomunikácií, a.s. týkajúci sa reklamného sloganu Orange

Slovensko, a.s. nevytvára o zastupiteľnosti Paušálu 30 mini s produktmi ST Mini, ST Standard a ST Maxi, ale iba o zastupiteľnosti Paušálu 30 mini s produktom ST Mini.

Slovenské telekomunikácie, a.s. uvádzajú, že na rovnaký trh ako Paušál 30 mini by mali patriť aj ST Mini, ST Standard a ST Maxi ako aj produkty spoločnosti Orange Slovensko, a.s., a to Prima, Paušál 60 a Paušál 80 (tento trh nazvali Slovenské telekomunikácie, a.s. ako trh s nižším objemom volaní, resp. trh domácností). V takomto prípade by však bolo nevyhnutné na daný trh zahrnúť aj produkty spoločnosti Eurotel Bratislava, a.s., a to Easy, 55Plus, 55Viac prípadne aj 100Plus a 100Viac, čo už však Slovenské telekomunikácie, a.s. neuviedli. Je vysoko nepravdepodobné, že spoločnosť Orange Slovensko, a.s. by aj na takto nesprávne definovanom trhu mala dominantné postavenie.

Princíp vymedzenia relevantného trhu však nespočíva v určení cenovej hladiny do ktorej budú spadať uvedené produkty, tak ako sa to zjednodušene snažia prezentovať Slovenské telekomunikácie, a.s., ale v tom, že úrad vymedzí, ktoré produkty sú pre užívateľa vzájomne zastupiteľné (podľa § 3 zákona), avšak nielen z cenového hľadiska. Dôvody, pre ktoré úrad definoval relevantný trh tak ako ho definoval sú uvedené v odôvodnení tohto rozhodnutia.

V tejto súvislosti ešte podotýkame, že v rámci správneho konania Slovenské telekomunikácie, a.s. v liste doručenom úradu dňa 25.08.2003 a liste doručenom úradu dňa 27.08.2003 uviedli, že relevantným trhom by mal byť trh poskytovania maloobchodných hlasových služieb, čiže by tam patrili všetky produkty spoločností Slovenské telekomunikácie, a.s., Orange Slovensko, a.s. a Eurotel Bratislava, a.s. V ďalšom liste doručenom úradu dňa 25.09.2003 však už túto definíciu trhu zúžili Slovenské telekomunikácie, a.s. tak, ako to uviedli aj vo výzve pred vydaním rozhodnutia (trh s nižším objemom volaní, resp. trh domácností). V tomto liste navrhli Slovenské telekomunikácie, a.s., prvýkrát počas celého správneho konania, zahrnúť na relevantný trh konkrétne aj službu Prima, avšak bez relevantného zdôvodnenia a predloženia dôkazov, prečo je potrebné ST Mini a Primu považovať za zastupiteľné služby. Zároveň v tomto liste uviedli, že „ST Mini, ST Standard a ST Maxi sú typickým príkladom produktov, pre výber ktorých je rozhodujúca cena“, čo by ale znamenalo, že tieto produkty sú z cenového hľadiska vzájomne nezastupiteľné. Cena ST Maxi je takmer dvojnásobkom ceny ST Mini a tieto produkty si preto navzájom nekonkurujú, z čoho vyplýva, že nemôžu byť zahrnuté na ten istý relevantný trh, čiže ST Maxi nemôže byť na jednom trhu s Paušálom 30 mini.

Ako z vyššie uvedeného, ako aj z odôvodnenia tohto rozhodnutia vyplýva, takáto definícia trhu navrhovaná Slovenskými telekomunikáciami, a.s. vzhľadom na § 3 zákona nie je možná a je príliš široká.

#### K bodu 1.1.2.

Slovenské telekomunikácie, a.s. namietajú voči časti výzvy kde sa uvádza „*Paušál 30 mini je zameraný najmä na trh domácností, ktoré neminú na telefonovanie viac ako 230 Sk bez DPH mesačne.*“ Podľa Slovenských telekomunikácií, a.s. sa toto tvrdenie úradu (konkrétne ide o sumu 230 Sk bez DPH mesačne) nezakladá na pravde. Uvedený citát rozhodnutia však nie je tvrdením úradu, ale ide o základnú marketingovú charakteristiku tohto produktu, poskytnutú spoločnosťou Orange Slovensko, a.s., ktorý bol konštruovaný na zákazníkov s takouto komunikačnou potrebou.

Slovenské telekomunikácie, a.s. ďalej porovnávajú cenovú výhodnosť niektorých produktov a zameriavajú sa výlučne na počet prevolaných minút, ignorujúc účel použitia týchto

produktov, čo značne spochybňuje predpoklady, z ktorých vychádzala táto komparácia. Napriek tomu, Slovenské telekomunikácie, a.s. týmto porovnávaním dospeli k záveru, že pri určitom objeme volaní je výhodnejší vždy iný produkt, čo inými slovami znamená, že ten kto potrebuje volať zhruba 20 minút mesačne si neobjedná napr. Paušál 80, ktorý pre neho nie je výhodný a teda pre neho nie je alternatívou. Nemožno preto racionálne predpokladať, že za normálnych okolností by si zákazník vyberal medzi výhodnou a absolútne nevýhodnou alternatívou. Uvedené považuje úrad za potvrdenie svojich záverov. Aj tu je potrebné zdôrazniť, že pri posudzovaní zastupiteľnosti je vždy potrebné vychádzať z komplexného posúdenia rôznych faktorov v konkrétnych podmienkach trhu podľa § 3 ods. 5 zákona.

Slovenské telekomunikácie, a.s. ďalej uvádzajú, že pre zákazníkov je pri určitom objeme volaní dôležitá predovšetkým cena, čo podľa nich potvrdzuje aj nasledovné vyjadrenie úradu vo výzve pred vydaním rozhodnutia: „Hlavným a rozhodujúcim kritériom pre užívateľa pri výbere užívateľského programu je v prvom rade výška komunikačných potrieb užívateľa“. Uvedený citát sa však netýka ceny (komunikačnej spotreby), ale komunikačnej potreby, inými slovami, koľko minút mesačne potrebuje ten ktorý zákazník na telefonovanie. Rovnako je nevyhnutné si povšimnúť, že toto tvrdenie sa vzťahuje výlučne na výber užívateľských programov, preto nemá žiadnu výpovednú hodnotu vo vzťahu k cenovej zastupiteľnosti a zastupiteľnosti užívateľských programov so službou Prima.

#### K bodu 1.2.1.

Slovenské telekomunikácie, a.s. uvádzajú, že dôvody kvôli ktorým sa zákazníci rozhodujú pre kartu Prima sú možnosť kúpy finančného kreditu podľa osobnej potreby a neexistencia žiadnych faktúr. Úrad s týmito závermi súhlasí, nakoľko ide o rovnaké závery k akým úrad dospel v rámci výzvy pred vydaním rozhodnutia ako aj v tomto rozhodnutí.

Slovenské telekomunikácie, a.s. ďalej uvádzajú, že podstatne dôležitejším faktorom je nízky objem volaní a nízky objem peňazí mŕňaný na telekomunikačné služby, bez ohľadu na spôsob platby. Podľa Slovenských telekomunikácií, a.s. len vďaka rozdielnemu spôsobu platby nie je možné tvrdiť, že Prima je úplne iný segment.

Ako úrad uviedol v odôvodnení, segment zákazníkov produktu Paušál 30 mini, Prima a Easy je charakterizovaný určitými spoločnými znakmi (nízke komunikačné potreby a príjem užívateľov, telefón je používaný skôr na príjem hovorov ako na volanie), avšak zároveň zdôvodnil, prečo je tento prienik segmentov pre tento prípad nepodstatný a na týchto záveroch aj naďalej trvá.

Nie je zrejmé akým spôsobom Slovenské telekomunikácie, a.s. dospeli k záveru, že úrad len na základe odlišnosti spôsobu platby konštatoval nezastupiteľnosť služby Prima a Paušálu 30 mini, preto úrad môže iba uviesť, že to nebol jediný faktor, ktorý posudzoval a poukázať na tú časť odôvodnenia tohto rozhodnutia, kde sa tejto problematike podrobne venuje.

Pokiaľ ide o spôsob platby ako taký, úrad nesúhlasí s tvrdením Slovenských telekomunikácií, a.s., že rozdiely sú nepodstatné. Ak totiž zoberieme v úvahu na akých zákazníkov je zameraný Paušál 30 mini (zákazníkov používajúcich hlasové služby skôr pasívne a takmer výhradne vo svojej domácnosti, čiže najmä ľudí v postproduktívnom veku a osamelo žijúcich ľudí), potom je napr. pre 65 ročného dôchodcu (užívateľa ST Mini alebo Paušál 30 mini) zrejme oveľa jednoduchšie uhrádzať platby za telefón formou inkasa v domácnosti ako hľadať bankomat (ak vôbec disponuje platobnou kartou) prípadne predajné miesto Prima kariet

vo svojom okolí. V prípade malých sídelných útvarov, prípadne ľudí so zníženou mobilitou to zrejme ani nie je možné. Aj v prípade ľahkej dostupnosti týchto spôsobov dobíjania kreditu je treba brať v úvahu aj určitú zložitosť dobíjania kreditu a zníženú schopnosť tejto kategórie ľudí zvládnuť tieto, pre nich, pomerne náročné technické operácie. Všetky tieto skutočnosti podľa názoru úradu svedčia o nezastupiteľnosti Prímy a Paušálu 30 min v oblasti spôsobu platby.

#### K bodu 1.2.2.

Slovenské telekomunikácie, a.s. uvádzajú námietky týkajúce sa argumentu o kontrole spotreby. Podľa Slovenských telekomunikácií, a.s. si zákazníci všetkých nižších programov kontrolujú faktúry ako aj kredit a stav predplatených minút za účelom neprekročenia predplatených minút.

V tomto prípade ide nesprávne pochopenie problematiky zo strany Slovenských telekomunikácií, a.s. Pod kontrolou spotreby sa rozumie nasledovné.

Príma je zameraná najmä na zákazníkov, ktorí nemajú stály príjem alebo ich príjem je skôr nižší, majú nižšie a nestále komunikačné potreby (nechcú alebo nemôžu sa viazať zmluvami, faktúrami alebo pravidelnými poplatkami a viac im vyhovuje „dobíjanie“ kreditu podľa aktuálnej potreby). Títo zákazníci si teda dobíjajú kredit podľa aktuálnej potreby a finančnej situácie, čo im umožňuje mať svoju telekomunikačnú spotrebu stále pod kontrolou. V prípade, že ich k tomu ich situácia núti, môžu užívať službu Príma aj niekoľko mesiacov výlučne iba na pasívny styk s tým, že ich komunikačná spotreba bude 0 Sk. Toto nie je možné pri post-paid programoch, kde je zákazník viazaný zmluvou, na základe ktorej je povinný platiť mesačné poplatky, ktoré môžu byť navýšené o účet za minúty prevolané nad paušál. Tento zákazník má teda len veľmi obmedzenú možnosť kontroly svojej telekomunikačnej spotreby, nakoľko pravidelne má výdavok minimálne vo výške mesačného poplatku bez ohľadu na to, či prevolá všetky predplatené minúty alebo prevolá len určitú časť z nich. Telekomunikačná potreba tak nemusí u zákazníka post – paidového programu vždy úplne korešpondovať s jeho telekomunikačnou spotrebou. Telekomunikačná spotreba je u zákazníka post-paid programu vždy na určitej minimálnej úrovni, ktorú nemôže ovplyvniť žiadnym spôsobom. Toto sú základné rozdiely v kontrole spotreby, ktoré svedčia o nezastupiteľnosti služby Príma s post-paid programami.

Kontrola spotreby zároveň neznamená doručenie SMS o aktuálnom kredite po využití niektorej zo služieb produktu Príma. Skutočnosť, že zákazníci post-paid programov vedia, že ich potreby sú zhruba na rovnakej úrovni nemožno stotožňovať s možnosťou kontroly spotreby.

#### K bodu 1.2.3.

V tejto časti Slovenské telekomunikácie, a.s. uvádzajú, že zákazníci Slovenských telekomunikácií, a.s. v uplynulých rokoch prechádzali na post-paid a pre-paid programy spoločnosti Orange Slovensko, a.s.

Tento fakt však sám osebe ešte neposkytuje dôkaz, že Príma patrí na rovnaký trh s nižšími post-paid programami.

#### K bodu 1.2.4.

V tejto časti Slovenské telekomunikácie, a.s. argumentujú vyhlásením generálneho riaditeľa spoločnosti Orange Slovensko, a.s., podľa ktorého „... 30 % zákazníkov Paušálu 30 mini migrovalo z predplatenj karty Prima ...“. Tento fakt podľa Slovenských telekomunikácií, a.s. neguje tvrdenia úradu k čomu uvádzame nasledovné.

Vysvetlenie prechodu zákazníkov Primy na Paušál 30 mini je vcelku jednoduché. Ide zrejme o zákazníkov ktorých komunikačné potreby sú okolo 30 minút mesačne a ktorí mali aj dovtedy záujem o nižší post-paid program, avšak dovtedy najnižší Paušál 60 bol pre nich v porovnaní s Primou, vzhľadom na výšku ich komunikačných potrieb, stále nevýhodný. Ide teda o zákazníkov, ktorých „donútila“ k užívaniu Primy situácia na trhu, ktorý im až doteraz neponúkal požadovanú alternatívu.

Pokiaľ ide o percento zákazníkov Paušálu 30 mini, ktorí boli dovtedy užívateľmi Primy, toto percento nemá náležitú výpovednú hodnotu a je vytrhnuté z kontextu, preto je nevyhnutné brať v úvahu koľko zákazníkov prešlo z Primy na Paušál 30 mini v pomere k celkovému počtu zákazníkov Primy, ktoré uvádzame v odôvodnení tohto rozhodnutia (konkrétne údaje boli označené ako obchodné tajomstvo). Pre lepšiu ilustráciu uvádzame nasledovný **hypotetický príklad**:

Produkt X užíva 300 000 zákazníkov. Na trh je uvedený produkt Y, ktorý bude užívať 100 zákazníkov, z ktorých 90 predtým užívalo produkt X.

90 % zákazníkov produktu Y je teda bývalých užívateľov produktu X, avšak z celkového počtu zákazníkov produktu X ide len o 0,03 % zákazníkov. Podľa Slovenských telekomunikácií, a.s. je relevantný údaj 90 %, s čím úrad nemôže súhlasiť a považuje takéto tvrdenie za účelové a vytrhnuté z kontextu.

#### K bodu 1.2.5.

Platí odôvodnenie k bodu 1.2.4.

#### K bodu 1.2.6.

Slovenské telekomunikácie, a.s. uvádzajú rozhodnutie britského regulačného orgánu Oftel. Rozhodnutia britského regulátora však nie sú platným prameňom práva Slovenskej republiky a preto ani nie sú pre úrad záväzné. Situácia na slovenskom trhu navyše môže byť iná ako situácia na britskom trhu, preto treba každý prípad posudzovať individuálne, v konkrétnych podmienkach na danom tovarovom a geografickom trhu.

#### K bodu 1.3.

Slovenské telekomunikácie, a.s. namietajú voči porovnaniu cien hovorov do primárnej oblasti pri Paušál 30 mini a miestnych hovorov pri ST Mini po prevolaní predplatených minút. Podľa Slovenských telekomunikácií, a.s. to z nákladového hľadiska nie je možné, a to z dôvodu rôzneho využitia tranzitných staníc.

Toto tvrdenie považuje úrad za účelové, nakoľko uvedené ceny porovnávali samotné Slovenské telekomunikácie, a.s. už v podnete na začatie konania. Dodávame však, že podstatným je v tomto prípade vnímanie zákazníka. Pre zákazníka je irelevantné nákladové hľadisko telekomunikačného operátora rovnako ako ho nezaujíma počet tranzitných ústrední,



ktorými jeho hovor prejde resp. či vôbec prejde tranzitnou ústredňou. Zákazníka zaujíma pri porovnaní týchto dvoch produktov výsledná cena. Je zrejmé, že cena produktu Paušál 30 mini bola konštruovaná tak, ako to v podnete pôvodne prezentovali aj Slovenské telekomunikácie, a.s., t. j. aby ceny hovorov v primárnej oblasti boli porovnateľné s cenami za miestne hovory a cena hovorov za štandardnú tarifu bola porovnateľná s tarifou za medzimestské hovory. Konkurenčnou výhodou produktu Paušál 30 mini je samozrejme to, že zákazník si môže zvoliť primárnu oblasť, do ktorej smeruje väčšina jeho hovorov a do ktorej bude telefonovať za cenu „miestnych hovorov“.

Slovenské telekomunikácie, a.s. ďalej uvádzajú, že pri porovnávaní porovnaní cien hovorov do primárnej oblasti pri Paušál 30 mini a miestnych hovorov pri ST Mini nemožno hovoriť o porovnateľných cenách, pretože ceny Paušál 30 mini sú zjavne podnákladové. Nie je zrejmé, na základe čoho dospeli Slovenské telekomunikácie, a.s. k záveru, že by bolo potrebné skúmať otázky cenových kalkulácií pri definovaní relevantného trhu. Toto tvrdenie je vo vzťahu ku skúmaniu zastupiteľnosti produktov irelevantné.

#### K bodu 2.2.

Tento bod je čiastočným opakovaním predchádzajúcich bodov, preto len uvádzame, že na tieto tvrdenia sa vzťahujú príslušné vyššie uvedené odpovede úradu.

#### K bodu 2.2.

Slovenské telekomunikácie, a.s., opierajúc sa o výzvu pred vydaním rozhodnutia, uvádzajú, že to, že pri definovanom relevantnom trhu ide o trh dynamicky sa rozvíjajúci, neznamená, že niektorý zo súťažiteľov na ňom nemôže získať dominantné postavenie.

Úrad, však toto nikdy netvrdil a vo výzve pred vydaním rozhodnutia uviedol: „... treba zdôrazniť, že ide o trh dynamicky sa rozvíjajúci, čo je faktor znižujúci pravdepodobnosť získania dominantného postavenia niektorého účastníka trhu.“ Z vyššie uvedeného dôvodu považuje úrad túto námietku za bezpredmetnú.

#### K bodu 2.3.

Slovenské telekomunikácie, a.s. v tomto bode tvrdia, že Orange Slovensko, a.s. je lídrom v rámci mobilnej siete. Toto však nesúvisí s týmto správnym konaním.

#### K bodu 2.4.

Slovenské telekomunikácie, a.s. namietajú voči tomu, že úrad sa nezaoberal postavením spoločnosti Orange Slovensko, a.s. na trhu ukončovania hlasových volaní v sieti Orange Slovensko, a.s. (Trh F2M). Podľa Slovenských telekomunikácií, a.s. vďaka dominantnému postaveniu spoločnosti Orange Slovensko, a.s. na Trhu F2M, dochádza k prenášaniam svojho vplyvu aj na definovaný relevantný trh, čoho následkom je dominantné postavenie spoločnosti Orange Slovensko, a.s. aj na definovanom relevantnom trhu.

Podnet Slovenských telekomunikácií, a.s. smeroval voči prípadnému predátorskému správaniu spoločnosti Orange Slovensko, a.s. v súvislosti s jej produktom Paušál 30 mini, ktorý sa však nenachádza na Trhu F2M. Ide o dva úplne odlišné trhy. Z tohto je zrejmé, že k prípadnému zneužitiu dominantného postavenia nemohlo dôjsť na Trhu F2M, preto ani nebol

dôvod skúmať tento trh. Úrad teda skúmal iba trh, na ktorom mohlo dôjsť k prípadnému zneužitiu dominantného postavenia, čiže trh na ktorom sa nachádza Paušál 30 mini.

Pokiaľ ide o prípadné prenášanie vplyvu, tak uvedené argumenty možno uplatniť minimálne aj na postavenie spoločnosti Eurotel Bratislava, a.s. pôsobiacej na definovanom relevantnom trhu, ktorá má dominantné postavenie na trhu ukončovania volaní vo svojej sieti. Podľa logiky prezentovanej Slovenskými telekomunikáciami, a.s. by nevyhnutne muselo dôjsť k prenášaniam vplyvu aj u tohto subjektu na definovaný relevantný trh, na ktorom by tak mala dominantné postavenie spoločnosť Orange Slovensko, a.s. a zároveň aj spoločnosť Eurotel Bratislava, a.s. Vysoko pravdepodobne by uvedené bolo možné uplatniť aj na samotné Slovenské telekomunikácie, a.s., čím by pribudol ďalší dominant na definovanom relevantnom trhu. Úrad sa s týmito argumentmi Slovenských telekomunikácií, a.s. nestotožňuje.

Podotýkame, že Slovenské telekomunikácie, a.s. sa navyše opierajú o regulačný rámec, ktorý v súčasnosti ešte nie je na území SR platný.

#### K bodu 3.

Tento bod je čiastočným opakovaním predchádzajúcich bodov, preto len uvádzame, že na tieto tvrdenia sa vzťahujú príslušné vyššie uvedené odpovede úradu.

#### K bodu 4.

Touto časťou odpovede na výzvu pred vydaním rozhodnutia Slovenské telekomunikácie, a.s. rozšírili pôvodný podnet o nové skutočnosti. Nakoľko išlo o problematiku, ktorá spadá do kompetencie Telekomunikačného úradu SR a nie úradu, úrad ju postúpil Telekomunikačnému úradu SR.

Vzhľadom na zistený skutkový stav úrad rozhodol tak, ako je uvedené vo výrokovej časti tohto rozhodnutia.

### **Poučenie:**

Podľa § 34 ods. 1 zákona č. 136/2001 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže a o zmene a doplnení zákona Slovenskej národnej rady č. 347/1990 Zb. o organizácii ministerstiev a ostatných ústredných orgánov štátnej správy Slovenskej republiky v znení neskorších predpisov v znení zákona č. 465/2002 Z. z. proti tomuto rozhodnutiu možno podať na Protimonopolný úrad Slovenskej republiky, odbor zneužívania dominantného postavenia, Drieňová 24, 826 03 Bratislava, rozklad do 15 dní odo dňa jeho doručenia. Podľa § 61 ods. 1

zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní v znení zákona č. 215/2002 Z. z. včas podaný rozklad má odkladný účinok.

Ing. Ladislav Szabó  
riaditeľ odboru zneužívania  
dominantného postavenia

**Rozhodnutie sa doručí:**

1. Orange Slovensko, a.s.  
Prievozská 6/A  
821 09 Bratislava

2. Slovenské telekomunikácie, a.s.  
Ing. Dagmar Straková  
Sekcia stratégie a vonkajších záležitostí  
Námestie slobody 6  
817 62 Bratislava