



Študentská vedecká aktivita

Rozhodovanie oligopolu v praxi

Bc. Monika Ondrejková

Sekcia: 6. Spoločenské vedy

Konzultant: doc. Ing. Jana Marasová, PhD.

Banská Bystrica
2015

OBSAH

OBSAH	2
ZOZNAM ILUSTRÁCIÍ A TABULIEK.....	3
ÚVOD	4
1. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ OLIGOPOLU	5
2. ANALÝZA MOBILNÉHO TRHU	7
2.1. Charakteristika mobilného trhu	7
2.2. Analýza slovenského mobilného trhu od roku 2005 -2007	9
2.3. Analýza mobilného trhu po vstupe tretieho mobilného operátora	13
2.3.1. Rozpor mikroekonomickej teórie s praxou.....	17
2.4. Vývoj výsledku hospodárenia a jeho predikcia na rok 2014 a 2015.	18
2.4.1. Spojenie sietí.....	21
2.4.2. Štvrtý operátor.....	22
ZÁVER.....	25
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	27

ZOZNAM ILUSTRÁCIÍ A TABULIEK

Graf 1	Vývoj hodnoty telekomunikačného trhu (v mil. eur)	8
Graf 2	Oligopol s dominantnou firmou	11
Graf 3	Tržby operátorov v rokoch 2008 – 2012.....	17
Graf 4	Vývoj výsledku hospodárenia operátorov a jeho predikcia	20
Tabuľka 1	Prehľad cien mobilných služieb v roku 2005.....	10
Tabuľka 2	Cenník spoločnosti O2 v roku 2007	14
Tabuľka 3	Porovnanie produktov O2 a Orange	15
Tabuľka 4	Vývoj výsledku hospodárenia operátorov v rokoch 2004 – 2015.....	19

ÚVOD

Cieľom našej práce je preskúmať správanie vybraného oligopolu na slovenskom trhu v porovnaní s teoretickými modelmi. Pre potreby vypracovania práce študentskej vedeckej aktivity sme vybrali telekomunikačný trh mobilných operátorov.

Práca pozostáva z dvoch kapitol. V prvej časti práce stručne uvádzame teoretické východiská trhovej štruktúry oligopol, ktoré nám pomôžu lepšie pochopiť skúmanú problematiku. V tejto časti stručne charakterizujeme modely oligopolu a ich autorov.

V druhej kapitole sa venujeme analýze slovenského mobilného trhu. Bližšie charakterizujeme pojem mobilný trh ako ho chápe telekomunikačný úrad Slovenskej republiky (TÚ SR). Následne sa pokúsime potvrdiť dominantné postavenie dnešnej spoločnosti Slovak Telekom v rokoch 2005 – 2007. V tretej podkapitole predkladáme dôvody, ktoré potvrdzujú cenové vodcovstvo spoločnosti O2 a v nadväznosti na náš názor diskutujeme o možnom rozpore s telekomunikačným úradom, ktorý uvádza na jednej strane rovnocennosť všetkých troch mobilných operátorov a na strane druhej slabú vyjednávaciu silu spoločnosti O2 z pozície nízkeho trhového podielu. Napokon preskúmame doterajší vývoj výsledkov hospodárenia jednotlivých spoločností, kde pomocou štatistických metód predpokladáme predikciu možných výsledkov hospodárenia. Posledná podkapitola je venovaná súčasnému stavu mobilného trhu. Rozoberáme plánované spojenie sietí a vstup štvrtého mobilného operátora.

1. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ OLIGOPOLU

Mikroekonomické modely trhovej rovnováhy nie sú univerzálnym liekom na všetky, často objektívne veľmi citlivé problémy firiem. Avšak môžu byť efektívnym aparátom podporujúcim racionálne rozhodovanie manažérov. E. Fendeková (2003) považuje odvetvie za kľúčový prvok úspešnosti. A práve odvetvie, kde sú určité produkčné možnosti a ohraničený počet výrobcov, predstavuje ideálny objekt na aplikáciu modelov rovnováhy oligopolu. Oligopoly sa v súčasnosti prezentujú ako uzavreté systémy často nadnárodného charakteru. Avšak reálny ekonomický život nie je ekonomicko-matematický model a preto je ťažké prezentovať unifikovanú modelovú schému oligopolu.

Oligopol je typ nedokonalkej konkurencie, ktorý sa od monopolu a monopolistickej konkurencie líši najmä malým počtom podnikov v odvetví a pomerne vysokým stupňom vzájomnej závislosti. Analýza oligopolov je relatívne zložitá, pretože ak predpokladáme len niekoľko podnikov v odvetví, každý z nich má pomerne veľký podiel na trhu a rozhodovanie podnikov je navzájom závislé. Podniky navzájom reagujú nielen na zmenu ceny, ale aj na zmenu množstva produkcie, kvality produktu, reklamu a pod (Holman, 2002).

Riešenie problémov rovnováhy oligopolu má relatívne dlhú históriu. Zo začiatku sa touto problematikou zaoberali skôr matematici špecializujúci sa na diferenciálny počet a matematickú teóriu hier. Ako sme už uviedli v oligopole existuje vzájomná závislosť v rozhodovaní, ktorá sa prejavuje tzv. strategickým správaním. To znamená, že podnik sa snaží predvídať reakciu konkurentov. Avšak v oligopole podnik nie je schopný odhadnúť dopyt po svojom statku a stanoviť cenu nezávisle na reakcii konkurencie. Jeho Strategické správanie skúma teória hier. Moderná teória hier vznikla v dvadsiatom storočí, kedy autori John von Neumann a Oskar Morgenstern napísali publikáciu Teória hier a ekonomické správanie. Existuje kooperatívna a nekooperatívna stratégia. Inak povedané podniky sa môžu rozhodnúť využívať kooperatívnu stratégiu v prípade, že sa snažia spolupracovať s konkurujúcimi firmami. Alebo si môžu vybrať nekooperatívnu stratégiu, kde budú prijímať rozhodnutia s ohľadom len na vlastný záujem bez záujmu spolupráce alebo dohody.

E. Fendeková (2003) uvádza, že z obdobia kedy štúdium trhových štruktúr oligopolu bola doména matematikov je známy Cournotov model oligopolu či Bertrandov model. Cournotov model oligopolu charakterizujeme ako nekooperatívnu stratégiu, ktorá je využiteľná v prípade existencie duopolu, kedy na trhu pôsobia len dve firmy, produkt je homogénny, hraničné náklady sú konštantné a podniky poznajú trhovú dopyt, pričom

základom pre rozhodnutie podniku je množstvo produkcie konkurenta. Iným prípadom nekooperatívnej stratégie je Bertrandov model, ktorý vychádza z predpokladu, že podnik sa rozhoduje s ohľadom na cenu druhého podniku. To znamená, že tento model vyúsťuje do tzv. cenovej vojny. Výsledkom je realizácia produktov za cenu nákladov na jednotku produkcie a dosahovanie nulového zisku.

Ďalším autorom, ktorého výsledky rezonujú aj v súčasných prácach, je napríklad Henrich von Stackelberg, ktorý publikoval model oligopolu z množstvovým vodcom na trhu ponuky oligopolu (Fendeková, 2003).

Ďalšou problematikou týkajúcou sa oligopolu sú kartely, ktoré predstavujú koluzívny oligopol, kde sa jednotlivé oligopoly spoja a správajú sa ako monopol s mnohými závodmi. Môže sa jednať o cenový, množstevný kartel s cieľom maximalizovať zisk daného odvetvia. Zosúladenie správania sa podnikov v oligopole je možné dosiahnuť aj inou formou ako kartelovými dohodami. Hovoríme o oligopole s dominantnou firmou, kde jedna z firiem má dominantnejšie postavenie a ostatné podniky sú natoľko malé, že nedokážu ovplyvniť situáciu na trhu. Správajú sa ako v dokonalej konkurencii, pretože len prijímajú cenu určenú dominantnou firmou.

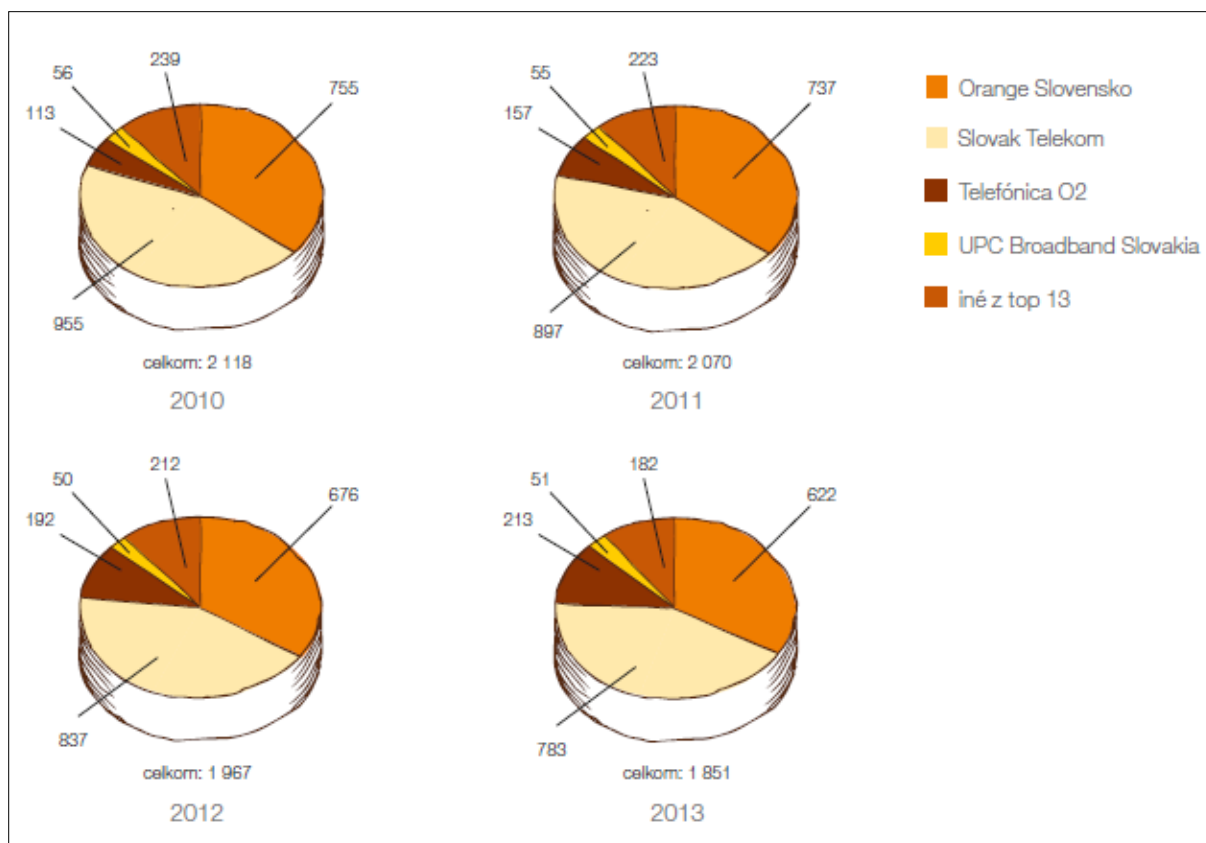
2. ANALÝZA MOBILNÉHO TRHU

2.1.Charakteristika mobilného trhu

V Slovenskej republike pod mobilným trhom podľa telekomunikačného úradu chápeme veľkoobchodný trh č. 9. Obsahuje pojmové znaky relevantného trhu vo všeobecnej a teda abstraktnej rovine a ak nejaká skutočnosť (napr. trh ukončenia volania v sieti spoločnosti T-Mobile Slovensko) napĺňa tieto pojmové znaky (teda ide o službu, ktorá spočíva v prenose volania smerovaného ku koncovému užívateľovi mobilnej telefónnej služby z bodu prepojenia medzi mobilnými sieťami alebo medzi mobilnou sieťou a pevnou sieťou do koncového bodu v mobilnej telefónnej sieti určeného špecifickou sieťovou adresou), môžeme takúto skutočnosť označiť za relevantný trh podľa danej definície telekomunikačného úradu. V praxi sa tak môže vyskytnúť viacero skutočností, ktoré napĺňajú pojmové znaky definície, a preto môže nastať situácia, že existuje viacero relevantných trhov, resp. podtrhov (trh ukončenia volania v sieti spoločnosti T-Mobile Slovensko, trh ukončenia volania v sieti Telefónica O2 Slovakia a trh ukončenia volania v sieti Orange Slovensko) napriek tomu, že existuje len jediná legálna definícia veľkoobchodného trhu č. 9.

Z vyššie uvedeného je zrejmé, že koľko verejných mobilných telefónnych sietí je na Slovensku prevádzkovaných, toľko reálnych samostatných trhov, resp. podtrhov patrí pod definíciu veľkoobchodného trhu č. 9.

Hodnota telekomunikačného trhu na Slovensku vyjadrená výnosmi má klesajúcu tendenciu od roku 2008. Dlhodobo čelí tlaku viacerých zásadných faktorov, najmä cenovej konkurencii, ktoré znižujú výnosy celého telekomunikačného sektora. Celková ekonomická situácia sa ešte stále prejavuje opatrnou spotrebou obyvateľstva a konzervatívnymi investíciami firemných zákazníkov do telekomunikačných služieb. Na strane podnikov je to regulačný tlak, ktorý si vyžaduje ďalšie dodatočné náklady na zabezpečenie povinností operátorov vyplývajúcich z regulácie trhu. Kombinácia všetkých spomenutých faktorov mala v roku 2013 za dôsledok pokračujúci pokles hodnoty telekomunikačného trhu, ktorého výnosy sa v porovnaní s rokom 2012 medziročne znížili o takmer 6 % a dosiahli 1 851 mil. eur. Pokles hodnoty trhu bol zaznamenaný aj napriek rastu počtu zákazníkov telekomunikačných operátorov na tomto trhu. Ten sa medziročne zvýšil o 2,3 % na 8, 279 mil. ako ilustrujeme grafom 1.



Graf 1 Vývoj hodnoty telekomunikačného trhu (v mil. eur)

Zdroj: Výročná správa Orange 2013

Z grafu 1 vidíme pokles hodnoty telekomunikačného trhu. Ak sa zaoberáme len hodnotou spoločností Orange a Slovak Telekom vidíme pokles, ale pri spoločnosti O2 vidíme rast. Medzi rokmi 2010 a 2011 spoločnosť O2 zaznamenala rast o 44 mil. eur, spoločnosť Orange pokles o 18 mil. eur a spoločnosť Slovak Telekom pokles o 58 mil. eur.

Medzi rokmi 2011 a 2012 spoločnosť Slovak Telekom zaznamenala pokles o 60 mil. eur a medzi rokmi 2012 a 2013 pokles o 54 mil. eur. Vidíme, že celkový pokles hodnoty spoločnosti Slovak Telekom od roku 2010 do 2013 predstavoval 172 mil. eur. V spoločnosti Orange bol vývoj podobný. Medzi rokmi 2011 a 2012 vykazovala pokles hodnoty o 61 mil. eur, medzi rokmi 2012 a 2013 pokles o 54 mil. eur. Celkový pokles hodnoty spoločnosti Orange predstavoval 133 mil. eur. Naopak spoločnosť O2 celkovo narástla o 100 mil. eur.

Nakoľko je Slovensko súčasťou Európskej únie (EÚ) považujeme za relevantné charakterizovať situáciu európskeho telekomunikačného trhu, ktorého vývoj ovplyvňuje vývoj slovenského trhu. Od 1. januára do 30. júna 2015 predsedá Rade Európskej únie Lotyšsko, ktoré preberá zodpovednosť za riadenie programu EÚ. Medzi ciele Lotyšska patrí konkurencieschopná, digitálna a aktívna Európa. Podľa európskej komisie (EK) je v Európe v

porovnaní s USA a Čínou veľmi veľký počet telekomunikačných operátorov, čo by sa mohlo v budúcnosti zmeniť. EK uvádza ako príklad Nemecko, Rakúsko a Írsko, kde nedávno klesol počet mobilných operátorov zo štyroch na troch. Pre ilustráciu v USA je podľa EK šesť relevantných mobilných operátorov. Úrad pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb (RÚ) sleduje, že konsolidácia trhu sa prejavuje aj v Slovenskej republike, kde vznikajú akvizície a zlučovanie operátorov poskytujúcich služby prostredníctvom pevných sietí. Príkladom z posledného obdobia, keď sa aj vďaka akvizíciám z lokálneho operátora stal regionálny operátor, je na západe Slovenska spoločnosť RadioLAN. Na východe Slovenska môžeme ako príklad uviesť spoločnosť Antik Telecom. Medzi príklady zvyšovania podielu operátora pôsobiaceho na celom území vďaka akvizíciám môžeme zaradiť UPC BROADBAND SLOVAKIA alebo spoločnosť BENESTRA, ktorá od roku 2006, po zlúčení piatich alternatívnych operátorov, pôsobila pod názvom GTS Nextra. Najväčšou udalosťou na Slovensku v tomto smere bolo odkúpenie podielu v T-Mobile spoločnosťou Slovak Telekom.

Víziou EK je, aby EÚ mala dynamické a konkurencieschopné telekomunikačné odvetvie. Toto odvetvie by sa vyznačovalo určitým počtom silných prevádzkovateľov pôsobiacich v niekoľkých členských štátoch, ako aj mimo EÚ, a väčším počtom menších, skôr miestnych spoločností, pričom všetky z nich by ponúkali infraštruktúru alebo služby zodpovedajúce aktuálnemu stavu vývoja techniky.

2.2. Analýza slovenského mobilného trhu od roku 2005 -2007

Pre potreby našej práce analyzujeme slovenský mobilný trh približne od roku 2005 do roku 2007, kedy mala ešte vtedajšia spoločnosť Eurotel dominantné postavenie, ktoré sa prieskumom pokúsime potvrdiť. V tomto období pôsobili na slovenskom mobilnom trhu iba dve spoločnosti Orange a Eurotel. Vtedajšiu trhovú štruktúru na základe teoretických východísk môžeme charakterizovať ako duopol.

V tom čase spoločnosť Orange o jedného zákazníka prišiel a Eurotel ho získal. Dôvodom boli cenové rozdiely porovnateľných produktov. Rozdiely vidíme napríklad v mesačnom poplatku 832 Sk, ktorý zahŕňal služby Orange World Maxi (1000MB, inet+WAP, 50SMS a 20MMS do OR) oproti balíčku služieb spoločnosti Eurotel Internet Nonstop (1500MB, inet) za mesačný poplatok 356 Sk. Inak povedané, za jeden mesačný poplatok zákazníci spoločnosti Orange mohli v spoločnosti Eurotel využívať internetové služby dva a pol mesiaca. Alebo v opačnom prípade za cenu, ktorú zákazníci platili za balíček

služieb v spoločnosti Eurotel, mohli v spoločnosti Orange využívať tie isté služby iba polovicu mesiaca.

Tabuľka 1 poskytuje prehľad cien bez zliav a akciových cien základných balíčkov oboch firiem v roku 2005. Za základný balíček považujeme súbor hlasových služieb, nehlasových služieb ako sú sms a mms správy a internetu. Poplatky za internet zahŕňajú predplatené dáta, ktoré boli súčasťou paušálneho poplatku a poplatok, ktorý bol účtovaný dodatočne po prekročení predplatených dát.

Tabuľka 1 Prehľad cien mobilných služieb v roku 2005

	Paušálny poplatok		Predplatené dáta	Cena za 1 MB po prekročení limitu	
	Sk bez DPH	Sk s DPH	MB	Sk bez DPH	Sk s DPH
Eurotel					
Data Start	99	118	10	39,9	48
Data Basic	0	0	0	99	118
Data Standard	590	703	700	39,9	48
Data Nonstop	990	1179	FUP 1500 MB	-	-
InternetNonstop	799	951	FUP 1500 MB	-	-
Orange					
World Mini	129	154	10	35	42
World Klasik	299	356	30	35	42
World Maxi	699	832	1000	35	42

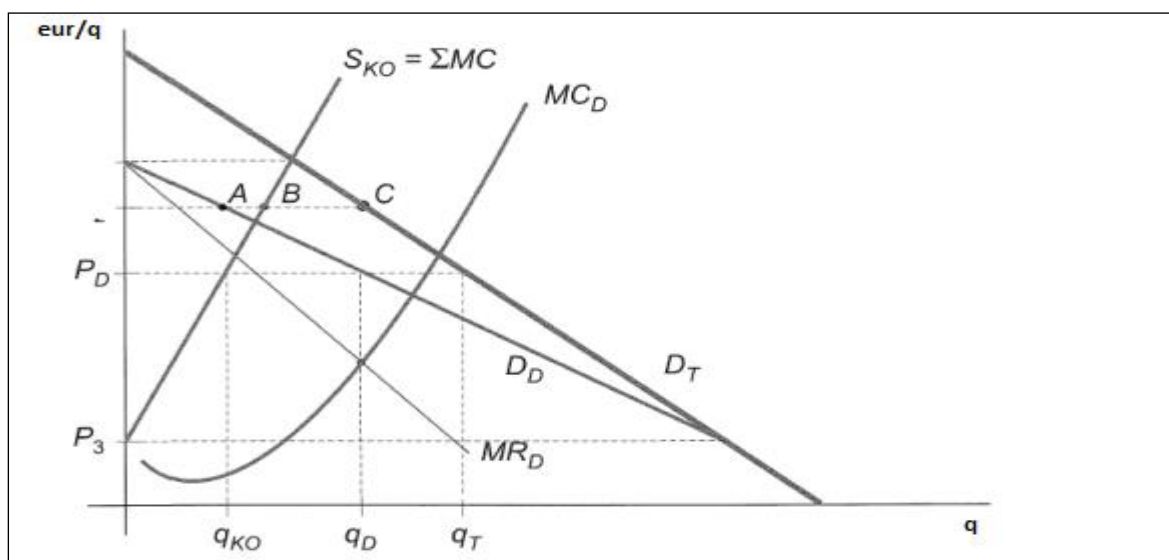
Prameň: markoff.biz.sk

Z tabuľky 1 je očividné dominantné postavenie firmy Eurotel, dnešnej firmy Slovak Telekom. Spoločnosť bola natoľko silná, že mohla svojim zákazníkom poskytovať najlacnejšie služby a tým získať ďalších zákazníkov. Čo sa jej aj podarilo, pretože v roku 2006, kedy znížila ceny, deklaruje Eurotel približne 2,2 mil. zákazníkov a v roku 2007 ich

počet vzrástol na 2,4 mil. zákazníkov. Nárast počtu zákazníkov v roku 2007 bolo spôsobené aj zvýšením konkurencie na trhu po vstupe spoločnosti O2, ale napriek tomu pre porovnanie spoločnosť Orange zaznamenala 0,1 mil. rast zákazníkov, z pôvodných 2,7 mil. zákazníkov v roku 2006 deklarovala spoločnosť Orange 2,8 mil. zákazníkov v roku 2007. V tomto smere spoločnosť Eurotel zaznamenala vyšší rast počtu zákazníkov. Dominantné postavenie spoločnosti Eurotel zlepšilo aj trhovú podiel vyjadrený výnosmi, ktorý tiež vzrástol. V roku 2006 Eurotel pokrýval približne 27 % trhu a v roku 2007 už 51 % trhu.

Svoje vodcovstvo Eurotel už ako T-Mobile potvrdil v marci 2006, kedy ako prvý spustil na Slovenskom trhu 3G sieť a o necelé dva mesiace neskôr ho jeho konkurent Orange nasledoval.

Na základe získaných údajov môžeme situáciu, kde je spoločnosť T-Mobile dominantnou firmou, ilustrovať grafom 2. Kde uvažujeme o dominancii firmy ako o schopnosti ovládať trh z hľadiska stanovenia ceny a technologických inovácií. Pri stanovení optimálneho výstupu a ceny dominantná firma T-Mobile vychádza z predpokladu, že krivka trhového dopytu je D_T a že výstup ponúkaný firmami v rámci konkurencie pri rôznych cenových úrovniach znázorňuje krivka SKO. Krivka SKO predstavuje súčet kriviek hraničných nákladov ležiacich nad úrovňou priemerných variabilných nákladov jednotlivých firiem, v našom prípade firmy Orange. Potom dominantná firma určuje veľkosť svojho výstupu ako rozdiel medzi trhovým dopytom a ponukou konkurenčných firiem.



Graf 2 Oligopol s dominantnou firmou

Prameň: Vlastné spracovanie podľa edu.uhk.cz

Pod trhovým dopytom môžeme predpokladať počet zákazníkov mobilnej siete za rok

2006, ktorý predstavoval 4 893 232, z čoho zákazníci mobilnej siete T – Mobile tvorili 2 029 475 a zákazníci Orange 2 863 757. Za smerodajné ukazovatele sme zvolili počet zákazníkov ako trhovú dopyt, pretože z hľadiska podielu na trhu by sme ťažko získali údaje za celý trhovú dopyt. Vidíme, že hoci spoločnosť T – Mobile mala v roku 2006 dominantné postavenie z hľadiska ceny i inovatívnych riešení, jej počet zákazníkov bolo nižšie ako počet spoločnosti Orange. A tu vidíme možný rozpor s teoretickým modelom oligopolu s dominantnou firmou, podľa ktorého ako vidíme z grafu 2 by mala mať dominantná firma T-Mobile väčší počet zákazníkov mobilnej siete.

Medzi svetové oligopolu s dominantnou firmou by sme mohli zaradiť napríklad firmu Coca Cola alebo General Motors, kde sa situácia časom zhoršila. Z čoho usudzujeme, že trhovú štruktúru oligopolu s dominantnou firmou má krátkodobý charakter. Ak cena stanovená dominantnou firmou T-Mobile umožňuje konkurentom realizovať pozitívny ekonomický zisk, potom po určitej dobe niektoré z nich môžu realizovať výhody spojené s úsporami z rozsahu a rozšíriť svoj výstup, v našom prípade počet zákazníkov, na úkor dominantnej firmy. Predpoklad o krátkodobom charaktere modelu oligopolu s dominantnou firmou potvrdzuje prax vstupom tretieho mobilného operátora, ktorý situáciu zmenil a dokázal dominantnej firme konkurovať ponukou mobilných služieb za nižšie ceny.

Hoci vidíme možný rozpor s teoretickým modelom, teória nedáva presný návod, ktorá firma by sa mala stať dominantnou. Dominantná firma môže byť najväčšia v odvetví, tá, ktorá má najnižšie náklady, tradíciu, alebo dobré meno. V tomto smere sa teória a prax zhoduje, pretože aj v nami skúmanej oligopolnej trhovej štruktúre sa dominantnou firmou nestala tá, ktorá mala najväčší trhovú podiel alebo najväčší počet zákazníkov, ale tá, ktorá vedela poskytnúť kvalitné a cenovo dostupné služby zákazníkom.

V roku 2007 sa dokonca začalo hovoriť o tzv. monopole spoločnosti T-Mobile, pretože podobnú službu širokopásmového prístupu na Slovensku v takomto rozsahu nemohol nikto iný poskytovať. Protimonopolný úrad SR potvrdil závažné podozrenia, na ktoré Slovanet ešte v roku 2006 upozornil, a rozhodol, že Slovak Telekom nezákonným viazaním služieb zneužil svoje dominantné postavenie na trhu telefónnej služby.

Telekom klientov nútil povinne platiť službu odchádzajúcich volaní prostredníctvom Slovak Telekom, telefónny paušál s takzvanými voľnými minútami. A to aj v prípade, že ju nechceli využívať a že mali záujem realizovať hovory cez iného operátora. Slovak Telekom naďalej poskytoval dve samostatné služby – zriadenie a prístup k verejnej telefónnej

službe a zároveň voľné minúty – v jednom mesačnom paušále. Porušoval tak nielen zákon SR o ochrane hospodárskej súťaže, ale prvýkrát aj medzinárodnú legislatívu – článok 82 Zmluvy o založení ES.

„Pre občana to znamenalo platiť za niečo, aj keď to nechce využívať. Alternatívnych operátorov ST týmto krokom vyradil zo súťaže v klasickom telefonovaní a nemali možnosť výraznejšie získavať zákazníkov pre svoje telefónne služby. Keď si už záujemca o fixné telefonovanie povinne platil odchádzajúce hovory v paušále ST, lebo je to cenovo výhodnejšie ako bez nich, Telekom ho nútil, aby v prípade záujmu volal „von“ práve cez neho. Porušenie, ktorého sa tak ST dopustil, zaradila Európska komisia k najzávažnejšiemu zneužívaniu postavenia,“ vysvetľoval Michal Tupý, právnik spoločnosti Slovanet (Tlačová správa, 2007).

Telekom sa viackrát odvolal voči rozhodnutiam TÚ SR, pretože pokutu vo výške 885 mil. Sk považoval za neprimeranú, nakoľko sa jednalo o najvyššiu sadzbu pokuty. V konečnom dôsledku Telekom uhradil pokutu vo výške 15,5 mil. Sk.

2.3. Analýza mobilného trhu po vstupe tretieho mobilného operátora

V tejto kapitole sa pokúsime identifikovať zmenu situácie, kedy do vtedajšieho duopolu vstúpil tretí mobilný operátor a potvrdiť tak cenové vodcovstvo.

Začiatkom augusta 2006 Telekomunikačný úrad oznámil vstup tretieho mobilného operátora na Slovenský trh. Tento tender vyhrala spoločnosť O2 Slovensko, ktorá prevádzku spustila vo februári 2007.

Vstup tretieho mobilného operátora Telefónica O2 Slovakia priniesol podľa generálneho riaditeľa spoločnosti O2 Juraja Šedivého vyššiu transparentnosť v oblasti cenníkov operátorov. Ako ďalej uviedol, ceny začali operátori uvádzať spolu s DPH, čo umožnilo zákazníkom ľahšiu orientáciu v účtoch a cenníkoch.

Na začiatku 2007 analytici očakávali ďalší posun užívateľov smerom k využívaniu mobilnej siete, k čomu mal prispieť aj celkový pokles cien vyvolaný príchodom tretieho operátora. Vo fixnej sieti mal pokračovať rast podielu telefonovania cez internet (VoIP) na úkor klasického hlasu. Následkom oboch skutočností sa očakával ďalší pokles tržieb dominantného operátora v prospech mobilných hráčov a čiastočne alternatívnych operátorov. Nezaujem spoločnosti Slovak Telekom o spoluprácu s alternatívnymi operátormi na pevnej

sieti mal spôsobiť, že pokles počtu liniek bude trvalý jav aj v roku 2007. Rozšírenie možnosti výberu operátora v pevnej sieti malo závisieť najmä od aktivity Telekomunikačného úradu. Predikciu analytikov o poklese cien a poklese tržieb potvrdíme analýzou uvedenou ďalej v texte.

Mobilný operátor O2 prišiel na slovenský trh s nízkymi cenami. Tabuľka 2 zobrazuje cenník jeho služieb v roku 2007.

Tabuľka 2 Cenník spoločnosti O2 v roku 2007

Sieť	Hlas	SMS	MMS
V sieti O2	2,00	3,20	9,00
Ostatné siete	8,50	3,20	9,00

Prameň: Vlastné spracovanie podľa tlačovej správy z roku 2007 spoločnosti O2

Z tabuľky 2 vidíme, že O2 svojim zákazníkom poskytoval volania do siete O2 za cenu 2Sk s DPH, čo dnes predstavuje 0,06 eur pri prepočte kurzom 30,126 Sk/Eur bez vplyvu inflácie a ostatných faktorov. Cena sms správ bola rovnaká do všetkých sietí vo výške 3,20 Sk s DPH, čo dnes predstavuje 0,10 eur. MMS poskytovali za 9 Sk s DPH, 0,29 eur. Spoločnosť v danom roku poskytla svojim zákazníkom bezplatne aktivovanú službu Clip. Táto služba umožňovala užívateľom vidieť na displeji svojich mobilných zariadení číslo prichádzajúceho hovoru. Služba Clip bola v spoločnostiach mobilných operátorov Orange a T-Mobile spoplatnená. T-Mobile vo februári 2007 začal tiež poskytovať službu Clip zdarma, ale iba pri mesačnom poplatku 499 Sk a vyššie za paušálne služby. Poplatok v roku 2010 až do súčasnosti predstavuje 11,85 eur. V súčasnosti Slovak Telekom poskytuje aktiváciu služby Clip za poplatok 4,99 eur pri mesačnom paušále 7,99 eur. Naproti tomu spoločnosť Orange ešte v marci 2013 poskytovala aktiváciu tejto služby v sume 11,76 eur, ale podľa cenníka uverejneného 3.5. 2013 je táto služba zdarma. V tomto vývoji vidíme už počiatky cenového vodcovstva spoločnosti O2, ktorá od začiatku do súčasnosti poskytuje aktiváciu služby Clip bezplatne. S časovým oneskorením ju nasledoval Orange a uvidíme, kedy aj Slovak Telekom pristúpi k tomuto kroku natrvalo.

O tom, že spoločnosť O2 sa na slovenskom trhu stala cenovým vodcom, svedčia aj ponuky konkurentov reagujúcich na cenník mobilných služieb O2 ilustrovaný tabuľkou 3. Spoločnosť Orange na produkt O2 zareagovala už rok a pol po jeho uvedení na trh.

Pre porovnanie vtedy nového Paušálu Štart s O2 Fér s platbou na je potrebné pozrieť sa na úvodné poplatky. Veľkým prekvapením je napríklad bezplatné poskytnutie služby CLIP

v Orange. Zaujímavé sú aj poplatky za niektoré populárne služby, ktoré jeden operátor spoplatňuje a druhý nie.

Tabuľka 3 Porovnanie produktov O2 a Orange

Služba	O2 Fér	Paušál Štart
Aktivačný poplatok pre nových zákazníkov	0,01€(0,30 Sk)	11 € (331,39 Sk)
Aktivačný poplatok pre verných zákazníkov	0,01€(0,30 Sk)	8€ (241,01Sk) 0 € / Sk**
Iniciačná záloha	20€(602,52 Sk)	-
Služba CLIP	zadarmo	zadarmo
Výber odkazov z vlastnej odkazovej schránky	0,066 € (2 Sk)	zadarmo
Elektronická faktúra	zadarmo	zadarmo
Podrobný výpis hovorov v elektronickej forme	zadarmo	0,79 € (23,80 Sk)
Hovor s operátorom zákazníckej linky	zadarmo	0,0465 € / min) (1,40 Sk / min)

Prameň : mobilmania.sk

Minútová cena hovoru bola v spoločnosti Orange výhodnejšia o jeden cent ako v O2. Samozrejmosťou je sekundová tarifikácia. Spoločnosť O2 poskytovala volania do všetkých sietí na Slovensku za 0,13 eur a Orange za 0,12 eur. Podobne Orange reagoval aj na sms správy, ktoré poskytoval za rovnakú cenu ako O2, t. j. 0,06 eur.

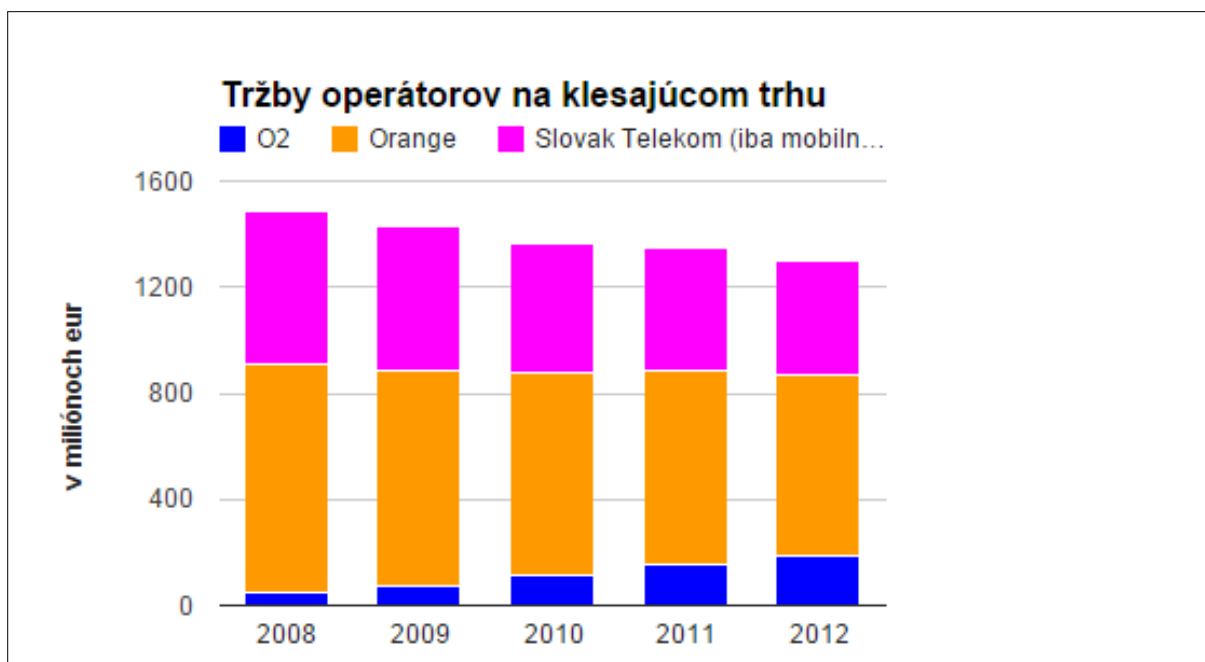
Po porovnaní konkurenčných produktov je samozrejmé, že nie sú rovnaké, ale veľmi príbuzné. Oba produkty poskytovali rozličné benefity a zákazník sa sám rozhodol, ktorý variant zvolí. Faktom však je, že Orange reagoval na ponuku O2 a to je ďalšie potvrdenie cenového vodcovstva.

V tomto prípade vidíme zhodu s teóriou, ktorá tvrdí, že neexistuje pravidlo, podľa ktorého môžeme určiť podnik, ktorý sa stane cenovým vodcom. Môže to byť najväčšia firma, firma s najnižšími nákladmi alebo firma postavená na dlhoročnej tradícii podobne ako pri firme s dominantným postavením. V tomto prípade sa ním stala nová firma bez tradície, ktorá zvolila stratégiu nízkych cien, napriek tomu, že nepokryla svoje náklady a dosiahla stratu.

Podľa analýzy TÚ za obdobie rokov 2004-2008 klesali poplatky za ukončenie volaní v spoločnostiach T-Mobile a Orange o 11,2 % v roku 2005, 6,1 % v roku 2006, 7,2 % v roku 2007 a 8,6 % v roku 2008. V spoločnosti Telefónica O2 klesol poplatok za ukončenie volania v roku 2008 o 8,4 %. Terminačné poplatky vyjadrené v korunách za minútu sa v roku 2008 oproti roku 2007 znížili o viac ako 8 %. Kde terminačný poplatok je poplatok za ukončenie hovoru v cudzej mobilnej sieti. Inak nazývaný prepojovací poplatok je čiastka platená že prepojenie do inej mobilnej siete. To znamená, ak má zákazník registrovanú SIM kartu v spoločnosti T-Mobile a telefonuje do siete Orange, cena hovoru je terminačný poplatok.

Ale tie isté terminačné poplatky prepočítané kurzom 30,126 Sk/Eur za minútu mali naopak rastúci trend, čo bolo spôsobené posilňovaním výmenného kurzu slovenskej koruny voči euru v sledovanom období. Následkom toho sa dostali nad úroveň priemeru krajín EÚ. K 1.7. 2008 boli terminačné poplatky v Slovenskej republike vyjadrené v eurách o 2,44 centov vyššie oproti priemeru krajín združených v sieťach európskych regulačných orgánov spoločnosti Orange a v spoločnosti T-Mobile a o 2,77 centov vyššie v sieti spoločnosti Telefónica O2 Slovakia. Náklady na ukončenie národných odchádzajúcich volaní (všetkých 3 mobilných operátorov spolu) do všetkých verejných telefónnych sietí v roku 2007 predstavovali 17% z celkových výnosov z odchádzajúcich národných volaní dosiahnutých všetkými tromi mobilnými operátormi spolu (vrátane volaní vo vlastnej sieti). Inak povedané, súčet všetkých terminačných poplatkov zaplatených všetkými tromi mobilnými operátormi spolu za ukončenie národných odchádzajúcich volaní predstavoval 17 % zo všetkých výnosov z národných odchádzajúcich volaní.

Celkový objem výnosov mobilného trhu dosiahol v roku 2007 úroveň takmer 43 mld. Sk, čo predstavovalo oproti predchádzajúcemu roku nárast o približne 7 %. Vývoj tržieb mobilných operátorov v rokoch 2008 – 2012 ilustrujeme grafom 3. Hlavným motorom rastu mobilného trhu bol najmä stúpajúci celkový počet zákazníkov hlasových služieb, migrácie zákazníkov do segmentu fakturovaných služieb a rast výnosov z mobilných dátových služieb a mobilného obsahu. Spoločnosť T-Mobile Slovensko dosiahla za rok 2007 celkové výnosy v objeme 17,2 mld. Sk, čo predstavovalo celkový trhový podiel na úrovni 40 pri medziročnom raste na úrovni 7,8 %.



Graf 3 Tržby operátorov v rokoch 2008 - 2012

Prameň: ekonomika.sme.sk

Keďže trh bol plný, firmy mohli získať zákazníka len lepšou ponukou služieb. Na to sa sústredil O2 ako cenový vodca. Pre Slovensko ako trh to znamenalo, že ceny za mobilné telefonovanie klesali trochu rýchlejšie ako priemerné ceny v EÚ. Priemerné ceny v EÚ v roku 2007 boli 14,4 eur. Súboj však nebol tak ostrý, aby ceny stlačil pod európsky priemer. Nebolo tomu tak ani v roku 2011, kedy priemerné ceny v EÚ boli vo výške 8,6 eur.

2.3.1. Rozpor mikroekonomickej teórie s praxou

Napriek zisteniu, že spoločnosť O2, ktorá vstúpila na mobilný trh ako tretia a stala sa cenovým vodcom TÚ SR zastáva názor o rovnocennosti všetkých troch podnikov na základe vplyvu a postaveniu jednotlivých spoločností, ale zároveň konštatuje znevýhodnenie spoločnosti O2 na základe slabšej vyjednávacjej sily spôsobenej nízkym trhovým podielom. V roku 2008 TÚ na základe analýzy veľkoobchodného trhu ukončenia volania v jednotlivých verejných mobilných telefónnych sieťach dospel k záveru, že na trhu nie je súťaž a spoločnosti Orange Slovensko, T-Mobile Slovensko a Telefónica O2 Slovakia sú významné podniky na tomto trhu, pretože im ich vplyv a postavenie dovoľuje správať sa nezávisle od konkurentov a užívateľov.

Svoje stanovisko TÚ odôvodnil analýzou, ktorú zistil, že spoločnosť Telefónica O2 Slovakia mala na konci roka 2007 trhovú podiel podľa počtu aktívnych zákazníkov 4,7%, pričom jej konkurenti na trhu zaznamenali k 31.12.2007 mierne poklesy trhových podielov. Spoločnosti Orange Slovensko mierne klesol jej trhovú podiel na 55,3% a spoločnosti T-

Mobile Slovensko na 40,0%. K 31.12.2008 podiel spoločnosti Telefónica O2 Slovakia mierne stúpol na 5,9%, spoločnosti T-Mobile Slovensko tiež mierne stúpol na 41,1% a podiel spoločnosti Orange Slovensko naopak mierne klesol na 53,0%. K 30.06.2009 trhové podiely spoločností T-Mobile Slovensko a Orange Slovensko opäť mierne klesli, v T-Mobile Slovensko na 40,5% a v Orange Slovensko na 52,0%. Naopak spoločnosti Telefónica O2 Slovakia trhový podiel podľa počtu aktívnych zákazníkov k 30.06.2009 mierne stúpol na 7,5%, ale naďalej zostáva výrazne najnižší (5 násobne menší ako podiel T-Mobile Slovensko a 6,9 násobne menší ako podiel Orange Slovensko). Na základe vyššie uvedeného TÚ konštatuje, že Orange Slovensko a T-Mobile Slovensko disponujú dostatočne vysokou vyjednávacou silou, pričom vyjednávací sila spoločnosti Telefónica O2 Slovakia je obmedzená vzhľadom na jej malé trhové podiely vo všetkých verejných mobilných telefónnych sieťach. Napriek tomu, že TÚ uznal všetkých troch mobilných operátorov z hľadiska ich postavenia a vplyvu za významné podniky, z hľadiska trhového podielu nie sú rovnocennými súpermi.

Napriek tomu, že spoločnosť O2 má slabú vyjednávaciu silu TÚ vzhľadom na neexistenciu súťaže na trhu, čo vytvára predpoklady na to, aby operátori mohli požadovať neprimerané ceny, v roku 2009 TU SR zverejnil svoje rozhodnutie 1.stupňa. Rozhodnutie o rozklade udelil všetkým trom operátorom v roku 2011. Uložil im povinnosť nákladovej orientácie cien, t.j. reguláciu cien. Cena mala obsahovať iba náklady spojené s poskytovaním tejto služby a aby do ceny neboli započítané aj také náklady, ktoré so službou nesúvisia.

2.4.Vývoj výsledku hospodárenia a jeho predikcia na rok 2014 a 2015.

Na základe verejne dostupných údajov z účtovnej závierky sme pomocou tabulátorového procesoru MS Excel vytvorili tabuľku 4, ktorou ilustrujeme výsledky hospodárenia troch mobilných operátorov od roku 2004 po súčasnosť. Následne sme sa na základe lineárnej regresie pomocou programu SPSS pokúsili predikovať vývoj výsledku hospodárenia jednotlivých firiem na dva roky dopredu. Táto predikcia je ale iba hrubým náčrtom kvôli neustále sa meniacej legislatíve a vnútorným faktorom ovplyvňujúcim výsledok hospodárenia firiem. Do dnešného dňa ešte oficiálne výročné správy za predchádzajúci rok nie sú zverejnené a z toho dôvodu je predmetom predikcie aj rok 2014. Z tlačových správ poznáme výnosy za predchádzajúci rok, ale nakoľko nepoznáme ich náklady, bolo by nevhodné tieto údaje použiť.

Tabuľka 4 Vývoj výsledkov hospodárenia operátorov v rokoch 2004-2015

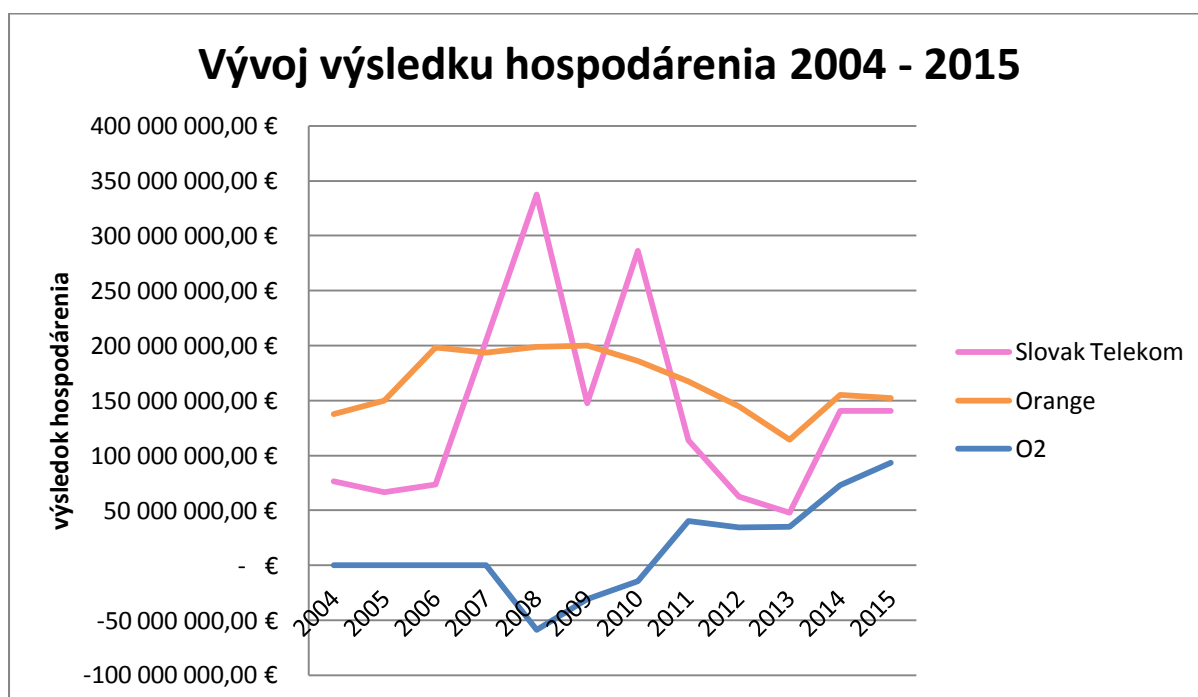
	Slovak Telekom			Orange			O2		
Rok	výsledok hospodárenia (VH)	medziročná zmena(MZ)	MZ v %	výsledok hospodárenia	medziročná zmena	MZ v %	výsledok hospodárenia	medziročná zmena	MZv %
2004	76 346 013,00 €			137 460 764,00 €			- €	-	
2005	66 387 837,00 €	- 9 958 176,00 €	13,04	149 627 697,00 €	12 166 933,00 €	0,85	- €	-	
2006	73 790 081,00 €	7 402 244,00 €	1,15	198 357 000,00 €	48 729 303,00 €	2,57	- €	-	
2007	204 640 509,00 €	130 850 428,00 €	77,33	193 770 596,00 €	- 4 586 404,00 €	2,31	- €	-	
2008	337 448 000,00 €	132 807 491,00 €	4,90	199 044 048,00 €	5 273 452,00 €	0,72	- 59 024 389,00 €	-	
2009	147 704 000,00 €	- 189 744 000,00 €	56,23	199 759 000,00 €	714 952,00 €	0,36	- 30 727 311,00 €	28 97 078,00 €	-47,94
2010	286 114 000,00 €	138 410 000,00 €	3,71	186 202 000,00 €	- 13 557 000,00 €	6,79	- 14 592 898,00 €	16 134 413,00 €	-52,51
2011	113 933 000,00 €	- 172 181 000,00 €	60,18	167 208 000,00 €	- 18 994 000,00 €	10,20	40 358 675,00 €	54 951 573,00 €	-376,56
2012	62 218 000,00 €	- 51 715 000,00 €	45,39	144 510 000,00 €	- 22 698 000,00 €	13,57	34 481 000,00 €	- 5 877 675,00 €	-14,56
2013	47 686 000,00 €	- 14 532 000,00 €	23,36	114 516 000,00 €	- 29 994 000,00 €	20,76	34 971 000,00 €	490 000,00 €	1,42
2014	140 584 139,50 €	92 898 139,50 €	94,81	154 995 827,30 €	40 479 827,30 €	5,35	72 966 357,89 €	37 995 357,89 €	08,65
2015	140 391 788,50 €	- 192 351,00 €	0,14	152 449 993,40 €	- 2 545 833,90 €	1,64	93 553 599,34 €	20 587 241,45 €	8,21

Prameň: Vlastné spracovanie

Tabuľka 4 prezentuje aj predikciu výsledkov hospodárenia na rok 2014 a 2015 v prípade nekooperatívnej stratégie všetkých troch mobilných operátorov a v prípade nezmenenej situácie na trhu s tromi mobilnými operátormi.

Z tabuľky 4 vidíme, že do roku 2007, kedy na trhu mobilných operátorov pôsobili len dve spoločnosti, ich výsledky hospodárenia dosahovali kladné výsledky každým rokom viac. O tom svedčí aj medziročná zmena výsledkov hospodárenia jednotlivých firiem. Po roku 2007 sa situácia zmenila. Mobilný trh sa delil medzi tri spoločnosti a to malo vplyv na výsledky hospodárenia pôvodných dvoch spoločností. Po vstupe spoločnosti O2 od roku 2008 vidíme pokles v medziročnej zmene výsledkoch hospodárenia jednotlivých firiem. Za rok 2009 zaznamenala pokles výsledku hospodárenia spoločnosť Slovak Telekom a o rok neskôr v roku 2010 aj spoločnosť Orange. Avšak od roku 2013 všetky tri spoločnosti vykazujú rast výsledku hospodárenia. A táto skutočnosť sa predpokladá aj na rok 2014 avšak na rok 2015 je predikcia negatívna a predpokladáme pokles. Predikcia je však nepresná, pretože sme pracovali iba s číselnými údajmi, bez vplyvu ostatných významných faktorov. Takže predpokladáme, že táto situácia reálne nenastane.

Nasledujúci graf 4 ilustruje vývoj zisku od roku 2004 a jeho predikciu na roky 2014 a 2015.



Graf 4 Vývoj výsledku hospodárenia operátorov a jeho predikcia

Prameň: Vlastné spracovanie

Graf 4 bližšie približuje údaje z tabuľky 4 a jednoduchšie ilustruje pokles po vstupe tretieho operátora a následne rastúci trend výsledku hospodárenia všetkých troch spoločností od roku 2013.

2.4.1. Spojenie sietí

Načrtli sme súčasné finančné výsledky troch účastníkov skúmaného oligopolu a spolu s nimi aj ich možnú predikciu za inak nezmeneného stavu. Už teraz však môžeme konštatovať, že už tento rok sa situácia zmení. Na slovenský trh totiž prichádza štvrtý operátor a ďalšou novinkou je prepojenie sietí pokrytia trhu spoločnosťami O2 a Orange. O spojení sietí spoločnosti diskutujú približne od septembra 2014. Skutočnosť, že tieto podniky plánujú spolupracovať výrazné mení predchádzajúcu predikciu trendu výsledku hospodárenia. Vidíme tu začínajúce prvky kooperatívnej stratégie, pretože podniky sa rozhodli spolupracovať.

Operátori by mali vzájomne prepojiť nielen nedávno spustené LTE siete, ale aj ďalšie druhy prístupov – 3G i 2G. Spoločne tak budú môcť koordinovať ďalšie budovanie sietí.

O2 v súčasnosti naďalej využíva národný roaming od Telekomu, teda zákazníci „modrého“ operátora majú prístup do 2G siete konkurenta. V prípade, že klient O2 napríklad volá či sťahuje dáta v sieti Telekomu, platí rovnakú cenu, ako keby sa pripájal cez domovského poskytovateľa. 3G ani 4G sieť operátori spolu nezdieľajú.

Orange v súčasnosti ponúka svoju sieť iba vlastným zákazníkom. Štandardom je však už dnes zdieľanie stožiarov, do ktorého sa zapájajú všetci traja mobilní operátori.

Slovenskí operátori majú čiastočne spoločnú infraštruktúru – niektoré stožiare i technológiu v nákupných centrách. Zdieľaní sietí je trendom, ktorý už dnes prebieha v zahraničí. Spolupráca operátorov prináša výhodu zákazníkovi, spravidla hlavne vďaka lepšiemu pokrytiu či vyššej kapacite spojenej siete. Zároveň takéto riešenie šetrí náklady operátorov.

Orange má 3G pokrytie na úrovni 90 percent populácie Slovenska (podľa údajov z decembra). O2 ohlásilo zámer priniesť 3G do konca apríla 2015 pre 65 percent ľudí – aktuálna, presná mieru pokrytia ešte nie je zverejnená. V decembri 2014 bolo pokrytie 4G Orangeu na úrovni 29,5 percenta obyvateľov, operátor spúšťal LTE sieť v júli 2014. O2 spustilo 4G internet v decembri minulého roka pre 165 tisíc ľudí.

Vo Švédsku zdieľali mobilné siete už v roku 2001. Neskôr sa pridali mobilní

poskytovatelia v Španielsku, Veľkej Británii, Francúzsku, Dánsku či Poľsku. V roku 2011 sa napríklad v susednej Českej republike dohodli operátori T-Mobile a O2, a odvtedy zdieľajú takmer tisíc vysielateľov mobilnej siete 3G. V rámci tejto spolupráce si operátori rozdelili územie na polovicu. T-Mobile budoval nové vysieláče a prevádzkuje ich v západnej časti krajiny a O2 vo východnej. V roku 2013 nadviazali na túto zmluvu spojením 2G a 3G sietí, nielen vysielateľov.

Napríklad vo Veľkej Británii funguje takéto spojenie medzi Vodafone a O2. Neobchodujú spolu úplne, túto spoluprácu deklarujú len ako fyzickú infraštruktúru na konci siete, aby dokázali poskytnúť lepšie mobilné pokrytie. Obom mobilným operátorom to prinieslo 40% nárast v pokrytí miest Veľkej Británie na jedného operátora. Vodafone vo Veľkej Británii sa považuje za malého hráča mobilnom trhu a bude sa snažiť udržať zmluvu o sieťovom prepojení s O2, ktorá mu priniesla nárast na britskom trhu. Nárast potvrdili aj vo februári 2015, kedy Vodafone oznámil svoje výsledky za posledný štvrtrok minulého roku.

Veľká Británia bola iba jednou z hlavných európskych trhov, ktoré mali firme Vodafone pomôcť k zvýšeniu predaja po rokoch poklesu. Spoločnosť Vodafone vykázala 0.9 % rast z predaja vo Veľkej Británii, čo predstavovalo 1,5 miliardy libier počas štvrtroka od 1. októbra do 31. Decembra. Zatiaľ čo v Nemecku, ktoré predstavuje jeho najväčší trh, sa predaj znížil o 1,9 miliardy libier. V Španielsku a Taliansku sa predaj znížil o 8.9 % a 7.4 %. Napriek tomu podľa analytikov sa spoločnosť Vodafone nachádza vo fáze oživenia vďaka dopytu po dátach, ktorý spôsobilo masívne pokrytie sieťami.

Ako sme uviedli, spolupráca oligopolných firiem v oblasti spojenia sietí je v Európe bežná a úspešná. Na základe teoretických poznatkov a skúseností iných firiem zo zahraničia sa domnievame, že rozhodnutie o spolupráci im prinesie nižšie náklady a vyšší výsledok hospodárenia. Ak vezmeme do úvahy predikciu, ktorú sme ilustrovali grafom 4, výsledky hospodárenia firiem Orange a O2 sa môžu zvýšiť nakoľko predpokladáme pokles nákladov o polovicu, čo má výrazný vplyv na celkový výsledok hospodárenia.

2.4.2. Štvrtý operátor

V jeseni roku 2013 sa uskutočnilo výberové konanie na vydanie individuálnych povolení na používanie frekvencií z frekvenčných pásiem 800 MHz, 1800 MHz a 2600 Mhz. V rámci účasti v aukcii každý účastník, vrátane spoločností Slovak Telekom, a.s., Orange Slovensko, a.s. a O2 Slovakia, s.r.o., prevzal na seba záväzok poskytnúť službu národného roamingu. V decembri roku 2014 boli vydané povolenia pre Slovak Telekom, Orange a O2,

ktoré obsahovali povinnosť poskytnúť národný roaming pre spoločnosť Swan.

Neskôr v novembri 2014, teda po viac ako 10 mesiacoch neúspešných rokovaní spoločnosť Swan podala na Úrad pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb návrh na riešenie sporu medzi podnikmi v súvislosti s plnením povinnosti existujúcich mobilných operátorov poskytnúť službu národného roamingu. Konanie stále prebieha, regulačný úrad mal povinnosť rozhodnúť do 25. marca 2015, avšak v tento deň predĺžil termín rozhodnutia o štyri mesiace. Regulačný úrad predbežným opatrením uložil spoločnostiam O2, Orange a Slovak Telekom povinnosť národný roaming spoločnosti Swan za takých podmienok, aby užívatelia služieb Swan mali zabezpečený rovnaký rozsah a kvalitu služieb ako koncoví užívatelia poskytovateľa národného roamingu. Regulačný úrad predbežným opatrením uložil spoločnostiam O2, Orange a Slovak Telekom povinnosť účtovať cenu za poskytovanie národného roamingu vo výške určenej budúcim rozhodnutím regulačného úradu, alebo na základe ich dohody so spoločnosťou Swan.

V decembri 2014 spoločnosť Swan splnila podmienku dosiahnuť pokrytie 20 % obyvateľstva SR. Ani po 14 mesiacoch rokovaní a troch mesiacoch od splnenia podmienky 20 % pokrytia obyvateľstva SR žiaden z povinných operátorov nezačal poskytovať spoločnosti SWAN službu národného roamingu

Hoci spoločnosť Swan už v decembri 2014 spĺňala podmienku, na ktorú sa viaže povinnosť ostatných troch mobilných operátorov začať poskytovať službu národného roamingu, nestalo sa tak. Hlavným dôvodom bol Orange, ktorý žiadal o predbežné opatrenie z dôvodu, že jeho mobilná sieť v súčasnosti nie je pripravená na poskytovanie služieb dvoma mobilnými operátormi a v prípade zlyhania siete by Orange mohol utrpieť na povesti. Orange vo svojom návrhu opatrení dodáva, že hrozbám by bolo možné predísť iba vykonaním rozsiahlych technických opatrení. Opatrenia by si vyžiadali investíciu presahujúcu sumu 1,6 milióna eur. Držiteľ licencie má pritom povinnosť poskytnúť záujemcom do konca roka 2018 národný roaming na siete používajúce frekvencie z pásom 900 a 1800 MHz. Mobilným operátorom pre nesprístupnenie roamingu hrozí v krajnom prípade aj odobratie licencie.

„Vstup štvrtého mobilného operátora by tak zákonite zlepšil konkurenčné prostredie a znížil ceny pre koncových zákazníkov“, uviedol Ing. Juraj Ondriš, predseda predstavenstva spoločnosti Swan pre internetové noviny teraz.sk (2014). Podobného názoru je aj Roman Vavro, hovorca Úradu pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb. Podľa neho vstup štvrtého mobilného operátora na slovenský trh, ktorým je spoločnosť Swan, by sa

mal prejavíť v rýchlom nasadení nových technológií. Ponúkané služby by sa mali zároveň stať cenovo dostupnejšie. Nový operátor, spoločnosť Swan, musí podľa neho prísť s niečím úplne novým. Najpravdepodobnejší faktor bude cena, ale nemusí byť jediný. Je ale zrejmé, že Swan môže rásť len na úkor niektorého z už existujúcich operátorov, pričom môže založiť svoju politiku dostupnosťou mobilných dát, domnieva sa Macko.

Vyššia konkurencia pravdepodobne prinesie aj dôslednejšiu starostlivosť o zákazníka. Obyčajne sa podarí udržať nadštandardnú starostlivosť, keď je zákazníkov menej. Ak sa počet zákazníkov zvýši natoľko, že predajné kapacity nebudú schopné venovať sa každému zákazníkovi nadštandardný čas a cenové ponuky budú rovnaké aj u alternatívnych operátorov, prípadne nižšie, nový operátor môže zákazníka stratiť.

Ochota investovať v rámci telekomunikačného trhu a záujem rýchlo budovať siete sa prejavila napríklad u operátorov vo Švajčiarsku. V časovom predstihu splnili rozvojové kritériá a naďalej pokračovali v investíciách do pokrytia a skvalitňovania služieb. Dobrým príkladom je Francúzsko, kde na trh vstúpil štvrtý mobilný operátor, čo znamenalo veľmi rýchle nasadenie nových technológií, rozvoj nových služieb a veľmi atraktívne ceny pre koncových užívateľov. Niektoré médiá označili vstup štvrtého mobilného operátora na francúzsky trh za revolúciu alebo začiatok cenovej vojny. Médiá v tom čase informovali, že ponuka tohto operátora vo Francúzsku zaujala státisíce spotrebiteľov a zároveň prekvapila konkurenciu.

ZÁVER

Cieľom našej práce bolo preskúmať správanie vybraného oligopolu na slovenskom trhu v porovnaní s teoretickými modelmi. Pre potreby vypracovania práce študentskej vedeckej aktivity sme vybrali telekomunikačný trh mobilných operátorov.

V prvej časti práce sme stručne uviedli teoretické východiská trhovej štruktúry oligopol, ktoré nám pomohli lepšie pochopiť skúmanú problematiku. V tejto časti sme charakterizovali modely oligopolu a ich autorov.

V druhej kapitole sme sa venovali analýze slovenského mobilného trhu. Bližšie sme charakterizovali pojem mobilný trh ako ho chápe telekomunikačný úrad Slovenskej republiky. Následne sme potvrdili dominantné postavenie dnešnej spoločnosti Slovak Telekom v rokoch 2005 – 2007. Uviedli sme porovnanie cenových ponúk v roku 2005 jednotlivých mobilných operátorov, kde spoločnosť Slovak Telekom poskytovala nižšie poplatky. Slovak Telekom bol v tej dobe prvý mobilný operátor, ktorý poskytoval 3G sieť a jeho konkurent ho v tom nasledoval. Všetkými uvedenými skutočnosťami sme potvrdili dominantné postavenie, ktoré uviedol aj Telekomunikačný úrad. Dokonca obvinil Slovak Telekom zo zneužitia svojho postavenia. V tejto podkapitole uvádzame rozpor s mikroekonomickou teoriou a situáciou z praxe. Kde mikroekonomický model oligopolu s dominantnou firmou predpokladá, dopyt po produktoch dominujúcej firmy väčší ako pri konkurentoch. V praxi spoločnosť Slovak Telekom ako vtedajšia dominantná firma mala nižší počet zákazníkov ako jej konkurent Orange. Avšak mikroekonomická teória neposkytuje jednoznačné podmienky existencie dominantnej firmy a tvrdí, že dominancia firmy môže pochádzať aj z iných faktorov ako je trhový podiel či počet zákazníkov.

V tretej podkapitole sme sa venovali situácii po vstupe tretieho mobilného operátora. Predložili sme dôvody, ktoré potvrdili cenové vodcovstvo spoločnosti O2 a v nadväznosti na náš názor sme diskutovali o možnom rozpore s telekomunikačným úradom, ktorý uviedol na jednej strane rovnocennosť všetkých troch mobilných operátorov a na strane druhej slabú vyjednávaciu silu spoločnosti O2 z pozície nízkeho trhového podielu.

Napokon sme preskúmali doterajší vývoj výsledkov hospodárenia jednotlivých spoločností, kde pomocou štatistických metód predpokladáme predikciu možných výsledkov hospodárenia. Pri predikcii abstrahujeme od legislatívnych zmien, či prípadných kooperačných stratégií podnikov navzájom.

Kooperačnú stratégiu sme načrtli v poslednej podkapitole, kde sme rozobrali súčasný

stav mobilného trhu. Za kooperačnú stratégiu v tomto prípade považujeme spoluprácu mobilných operátorov O2 a Orange v oblasti spájania sietí.

Následne sme opísali vstup štvrtého mobilného operátora. Poukázali sme na možné dôvody vstupu štvrtého operátora, ale aj problémy s tým spojené. Vstup štvrtého operátora považujeme za pozitívne pre spotrebiteľa, pretože podľa nášho názoru sa zvýši konkurencia a z toho vyplývajú nižšie ceny mobilných služieb pre konečných spotrebiteľov, ale aj ich skvalitnenie. Avšak z podnikateľského prostredia, vstup štvrtého mobilného operátora ovplyvňuje rozhodovanie manažérov spoločností O2, Orange a Slovak Telekom. Negatívnu stránku podniky vnímajú už teraz, čo sme si všimli aj pri žalobe spoločnosti Orange, ktorý odmieta poskytnúť novému operátorovi národný roaming. Uvidíme ako sa bude situácia vyvíjať a aké riešenia budú prijímať manažéri všetkých štyroch mobilných operátorov. V krajnom prípade zvýšená konkurencia povedie k cenovej vojne ako sa to stalo vo Francúzku.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

1. Analýza: Relevantný trh č. 7 [online]. Bratislava: Telekomunikačný úrad SR, 2003, [cit. 2015-03-24], 46 s. Dostupné na internete: <http://www.teleoff.gov.sk/data/files/32411.pdf>.
2. Chronológia vstupu mobilného operátora na slovenský trh. 2015. [online]. TASR. 2015 [cit. 2015-03-24], Dostupné na internete: <http://openiazoch.zoznam.sk/cl/154235/Chronologia-vstupu-mobilneho-operatora-na-slovensky-trh>.
3. FENDEKOVÁ, E. 2003. Oligopoly v odvetví. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2003, 218 s. ISBN 80-225-1690-2.
4. GOGA, M. 2013. Teória hier. Bratislava: Iura Edition, 2013, 144 s. ISBN 978-80-8078-613-7.
5. HOLMAN, R. 2002. Mikroekonomie: Stredne pokročilý kurz. Praha: C.H. Beck, 2002, 591 s. ISBN 80-7179-737-5.
6. JINDRA, V. Optimálny vstup firmy v podmienkach oligopolu. [online]. [cit. 2015-03-24], Dostupné na internete: http://edu.uhk.cz/~jindrvo1/files/miek2/texty/11_optimalni_vystup_firmy_v_podminkach_oligopolu.pdf.
7. KOPEČNÁ, J. 2009. Veľkoobchodný trh č. 9. [online]. Bratislava: Telekomunikačný úrad SR, 2009, [cit. 2015-03-24], Dostupné na internete: <http://www.teleoff.gov.sk/index.php?ID=2492>.
8. KOPEČNÁ, J. 2009. Rozhodnutie. [online]. Bratislava: Telekomunikačný úrad SR, 2009, [cit. 2015-03-24], Dostupné na internete: <http://www.teleoff.gov.sk/index.php?ID=1323>.
9. MIKUŠ, L. 2011. Rozhodnutie o rozklade: Slovak Telekom. [online]. Bratislava: Telekomunikačný úrad SR, 2011, [cit. 2015-03-24], Dostupné na internete: <http://www.teleoff.gov.sk/index.php?ID=4151>.
10. MIKUŠ, L. 2011. Rozhodnutie o rozklade: Orange. [online]. Bratislava: Telekomunikačný úrad SR, 2011, [cit. 2015-03-24], Dostupné na internete: <http://www.teleoff.gov.sk/index.php?ID=4171>.

11. MÚČKA, F. 2013. Tri grafy: Čo sa stalo, odkedy k nám prišiel O2. [online] Petit Press. [cit. 2015-03-24], Dostupné na internete: <http://ekonomika.sme.sk/c/6996765/tri-grafy-co-sa-stalo-odkedy-k-nam-prisiel-o2.html>.
12. Nový mobilný operátor Swan. 2014. [online]. TASR. 2014 [cit. 2015-03-24], Dostupné na internete: <http://www.teraz.sk/ekonomika/novy-operator-swan/71647-clanok.html>.
13. O2: Príchod tretieho operátora prospel trhu. 2007. [online] SITA, 2007 [cit. 2015-03-24], Dostupné na internete: <http://spravy.pravda.sk/ekonomika/clanok/186155-o2-prichod-tretieho-operatora-prospel-trhu/>.
14. STEIGAUF, P. 2013. Rýchle porovnanie: Ideálne paušály Orange vs. konkurencia. [online]. 2013. [cit. 2006-01-24], Dostupné na internete: <http://mobilmania.azet.sk/clanok/91802/rychle-porovnanie-idealne-pausaly-orangeu-vs-konkurencia>.
15. STEIGAUF, P., HANKER, F. 2015. Swan pokrýva 45 % obyvateľstva. [online]. 2015. [cit. 2006-01-24], Dostupné na internete: <http://mobilmania.azet.sk/clanok/103176/swan-pokryva-45-obyvatelstva-a-uz-od-decembra-tvrdi-predbezne-regulator>.
16. Tlačová správa: Slovak Telekom musí oddeliť voľné minúty. 2007. [online]. [cit. 2015-03-24], ISSN 1336-1899. Dostupné na internete: <http://archiv.inet.sk/5383-slovak-telekom-musi-oddelit-volne-minuty-a-poskytovanie-telefonnej-linky.html>.
<https://www.orangeclick.sk/sk/cennik/cennik.xwp/sms.html>.
17. VLČKO, A. 2010. O2 fěr vs. Paušál Štart: Nedelí ich iba cent. [online]. [cit. 2015-03-24], Dostupné na internete: <http://mobilmania.azet.sk/clanok/84582/o2-fer-vs-pausal-start-nedeli-ich-iba-cent>.
18. WILLIAMS, CH. 2015. Vodafone calls on three to cut ties with EE to curb BT. [online]. 2015. [cit. 2006-01-24], Dostupné na internete: <http://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/mediatechnologyandtelecoms/telecoms/11394107/Vodafone-calls-on-Three-to-cut-ties-with-EE-to-curb-BT.html>.
19. www.statdat.statistics.sk