

A GAZDASÁGI VERSENYHIVATAL

JELENTÉSE

A TISZTESSÉGTELEN PIACI MAGATARTÁS ÉS VERSENYKORLÁTOZÁS TILALMÁRÓL SZÓLÓ,
TÖBBSZÖR MÓDOSÍTOTT 1996. ÉVI LVII. TÖRVÉNY 36/A. §-A ALAPJÁN, A MOBIL
RÁDIÓTELEFON SZOLGÁLTATÁS ÁGAZATÁBAN INDÍTOTT VIZSGÁLATRÓL

Budapest, 2002. november

Az ágazati vizsgálat intézménye

A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) elnöke 2001 folyamán első alkalommal a mobil rádiótelefon szolgáltatás ágazatában élt a tisztességtelen piaci magatartás és versenykorlátozás tilalmáról szóló, többször módosított 1996. évi LVII. törvény (Tpv.) 36/A. §-ban számára biztosított jogkörrel. A hivatkozott, 2001. február 1-től hatályos rendelkezés felhatalmazza a GVH elnökét, hogy adott ágazat vállalkozásaitól – a piaci folyamatok megismerése és értékelése céljából – határozattal, határidő megjelölésével felvilágosítást kérjen. Ez a rendelkezés honosította meg Magyarországon az Európai Unióban már korábban is ismert eljárási formát, amelynek során a versenyhatóság egy egész ágazat piaci mozgását méri fel, és ennek során az érintett vállalkozásokat adatszolgáltatásra kötelezheti, illetve adott esetben közigazgatási szerveket is megkereshet. Ez az eljárás tehát gyakorlatilag a szükséges – akár üzleti titoknak minősülő – adatok, információk összegyűjtésének, illetve értékelésének fázisából áll. Az eljárás során adott vállalkozásokkal szembeni szankció kizárólag csak az adatszolgáltatási kötelezettség nem megfelelő teljesítésével kapcsolatosan merülhet fel – nem az tehát a célja az eljárásnak, hogy adott vállalkozások magatartását a Tpv. I. részében foglalt rendelkezések tükrében értékelje.

Ezt a speciális eljárási formát nevezi a versenyjogi gyakorlat ágazati vizsgálatnak, amely akkor éri el a célját, ha adott versenyhatóság képes alapos, áttekintő képet kialakítani a vizsgált ágazatról, képes közvetlenül megismerni az ármozgásokat és más piaci körülményeket, és mindezek alapján megfelelő döntési helyzetbe kerülhet az adott ágazattal kapcsolatosan szükséges intézkedések szempontjából.

A törvény 36/A. § (1) bekezdése megjelöli, hogy mely körülmények adhatnak alapot az ágazati vizsgálat lefolytatásához szükséges adatgyűjtés megkezdéséhez – ehhez az szükséges, hogy az ármozgások vagy más piaci körülmények arra utaljanak, hogy az adott piacon egy vagy több vállalkozás a versenyt megakadályozza, korlátozza vagy torzítja, illetve gazdasági erőfölényével visszaél. Az említett jelek tehát nem feltétlenül közvetlenül valamely vállalkozás jogsértő magatartása miatt alakulnak ki, ám akár arra is visszavezethetők lehetnek. Másképpen szólva ez azt jelenti, hogy az adott ágazatban a piaci kudarc jelei mutatkoznak, és az ágazati vizsgálat éppen azt a célt szolgálhatja, hogy a GVH felmérje: vajon ténylegesen észlelhető-e piaci kudarc az ágazatban vagy annak egy részén, illetve szükséges-e az észlelés esetén valamilyen állami típusú beavatkozás az adott piacon. A vizsgálatnak azonban nem célja az, hogy abban az esetben, ha a verseny nem kellő szintű érvényesülését tárja fel, akkor tovább részletezve elemezze, hogy vajon valamely vállalkozás a Tpv. mely rendelkezéseit sértette meg. A beavatkozás szükségességének felmérése során fontos megkülönböztetni azt a helyzetet, amikor a GVH észleli, hogy valamely körülmény a Tpv.-nek a GVH hatáskörébe tartozó rendelkezésének megsértését veti fel, – és a piaci kudarcot ezzel lehet megszüntetni – attól, amikor valamely más, nem a GVH hatáskörébe tartozó beavatkozás képes a piaci kudarc okát megszüntetni. Az előbbi esetben a GVH azonnal élhet a törvényben biztosított jogkörével, és versenyfelügyeleti eljárást indíthat a valószínűsített jogsértéssel kapcsolatban. Az utóbbi esetben viszont a GVH a versenypártolási tevékenysége során felhívhatja az illetékes szerveket a javasolt intézkedés megtételére.

Az ágazati vizsgálat értékelési fázisa a vizsgálatot vezető GVH elnök döntése alapján egy átfogó piactanulmánnyal végződik, amely gyakorlatilag az adott vizsgálatban a GVH által készített jelentés. Ez a jelentés foglalja össze a GVH-nak az adott ágazatban összegyűjtött tapasztalatait, ez ad értékelést arra nézve, hogy mely területeken tapasztalhatóak a piaci kudarc jelei, és adott esetben javaslatot tehet a szükséges intézkedések megtételére.

Tartalomjegyzék

1. VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ.....	7
1.1. A VIZSGÁLAT MEGINDÍTÁSÁNAK KÖRÜLMÉNYEI.....	7
1.2. AZ ÁGAZAT VERSENYVISZONYAIT MEGHATÁROZÓ KÜLSŐ KÖRÜLMÉNYEK.....	8
1.3. A MOBIL RÁDIÓTELEFON ÁGAZAT NEMZETKÖZI KÖRNYEZETE	9
1.4. AZ ÁGAZATI VIZSGÁLAT SORÁN ELŐADOTT SZOLGÁLTATÓI ÁLLÁSPONTOK	10
1.5. KÖZGAZDASÁGI ELEMZÉS ÉS KÖVETKEZTETÉSEK	11
1.5.1. <i>Módszer</i>	11
1.5.2. <i>A részletes vizsgálat köre</i>	12
1.5.3. <i>Az igénybevételi szolgáltatások – retail piac</i>	12
1.5.4. <i>A wholesale szolgáltatási kategória</i>	14
1.5.5. <i>Végkövetkeztetések</i>	15
2. A VIZSGÁLAT MEGINDÍTÁSÁNAK KÖRÜLMÉNYEI	17
3. AZ ÁGAZAT VERSENYVISZONYAIT MEGHATÁROZÓ KÜLSŐ KÖRÜLMÉNYEK	19
3.1. A MOBIL RÁDIÓTELEFON SZOLGÁLTATÁS MŰSZAKI HÁTTERÉRŐL RÖVIDEN.....	19
3.2. A PIACI LIBERALIZÁCIÓT MEGELŐZŐ SZABÁLYOZÁSI KÖRNYEZET	21
3.2.1. <i>Piacralépési szabályok</i>	22
3.2.2. <i>A tevékenység végzésének szabályozása</i>	23
3.2.3. <i>Árszabályozás</i>	24
3.2.4. <i>Együttműködés más távközlő hálózatokkal</i>	25
3.3. A HÍRKÖZLÉSI TÖRVÉNY ÁLTAL MEGHATÁROZOTT, JELENLEG HATÁLYOS SZABÁLYOZÁSI KÖRNYEZET	26
3.3.1. <i>Piacra lépési szabályok</i>	26
3.3.2. <i>A tevékenység végzésének szabályai</i>	27
3.3.3. <i>Árszabályozás</i>	28
3.3.4. <i>Együttműködés más távközlő hálózatokkal</i>	29
3.4. A KONCESSZIÓS SZERZŐDÉSEK RENDELKEZÉSEI	30
3.4.1. <i>A piacra lépés és a tevékenység megkezdése</i>	30
3.4.2. <i>Az előfizetőket érintő rendelkezések</i>	31
3.4.3. <i>A koncessziós szerződések versenyszabályai</i>	32
3.4.4. <i>Az 1999-ben kialakult új helyzet</i>	33
4. NEMZETKÖZI TRENDEK A MOBIL TÁVKÖZLÉSBEN.....	35
4.1. A MOBIL SZOLGÁLTATÁSOK ELTERJEDÉSE, ÁLTALÁNOS TRENDEK.....	35
4.2. JELENLEGI HATÁLYOS SZABÁLYOZÁSI KERET, ILLETVE ELKÉPZELÉSEK ÉS FEJLEMÉNYEK EURÓPÁBAN	40
4.3. A MOBIL TÁVKÖZLÉSEL KAPCSOLATOS VERSENYJOGI GYAKORLAT.....	43
5. A SZOLGÁLTATÓK PIACRA VONATKOZÓ VÁLASZAINAK ÁLTALÁNOS ÉRTÉKELÉSE	45
5.1. A GAZDASÁGI VERSENYHIVATAL KIINDULÓ FELTÉTELEZÉSEI	45
5.2. A SZOLGÁLTATÓK ÁLLÁSPONTJA	46
5.2.1. <i>Igénybevételi szolgáltatások</i>	46
5.2.2. <i>Nagykereskedelmi jellegű szolgáltatások</i>	48

5.2.3.	<i>Hálózati szolgáltatások</i>	48
5.2.4.	<i>Adatátviteli szolgáltatások</i>	49
5.2.5.	<i>Egyéb elkülönült szolgáltatások</i>	49
5.2.6.	<i>A Tpv. szerinti termékpiacok - a helyettesítés lehetőségei</i>	50
5.3.	ÖSSZEFOGLALÁS	51
6.	KÖZGAZDASÁGI ELEMZÉS ÉS KÖVETKEZTETÉSEK	53
6.1.	BEVEZETÉS	53
6.1.1.	<i>Érintett piac</i>	53
6.1.2.	<i>Piac-meghatározás az ágazati vizsgálat keretében</i>	54
6.2.	MÓDSZERTAN	55
6.2.1.	<i>A piac-meghatározás főbb szempontjai, módszertani korlátok</i>	55
6.2.2.	<i>A hipotetikus monopolista teszt</i>	55
6.2.3.	<i>Rugalmasságok vizsgálata</i>	56
6.2.4.	<i>Idősorelemzés lineáris regresszióval</i>	57
6.2.5.	<i>Korreláció-analízis</i>	58
6.3.	RETAIL PIAC	59
6.3.1.	<i>A retail piac fogalmi meghatározása</i>	59
6.3.2.	<i>Igénybevételi szolgáltatások, termék(ek) a retail piacon</i>	60
6.3.3.	<i>A retail piacon megfigyelhető trendek</i>	63
6.3.4.	<i>A mobil és a vezetékes piac összefüggései</i>	74
6.3.5.	<i>Retail piaci összefoglalás</i>	81
6.4.	WHOLESALE SZEKTOR	83
6.4.1.	<i>A wholesale piac fogalma, wholesale piaci szolgáltatások</i>	83
6.4.2.	<i>A hozzáférési típusú szolgáltatások jelentősége a távközlésben – egyirányú hozzáférés</i>	84
6.4.3.	<i>Roaming szolgáltatások</i>	87
6.4.4.	<i>A végződtetési piac</i>	87
6.4.5.	<i>Wholesale piaci összefoglalás</i>	93
6.5.	FÖLDRAJZI PIAC	95
6.5.1.	<i>Országos piac</i>	95
6.5.2.	<i>Részipiacok elhatárolása</i>	95
7.	VÉGKÖVETKEZTETÉSEK	97

1. Vezetői összefoglaló

1.1. A vizsgálat megindításának körülményei

A mobil rádiótelefon szolgáltatás távközlési szektoron belüli térnyerésével párhuzamosan nem készült átfogó iparágelemzés az ágazatról. A GVH az ágazati vizsgálat megindításával kívánt hozzájárulni ahhoz, hogy az elengedhetetlen értékelés megtörténjen. Az ágazati vizsgálat megindításakor három területen érzékelt a GVH olyan piaci zavart, amely adott körülmények között a vállalkozások versenykorlátozó magatartásának következményeként alakulhatott ki:

- A mobil rádiótelefon szolgáltatás és a közcélú távbeszélő (vezetékes) szolgáltatás igénybevételi díjai között jelentős árkülönbség figyelhető meg, amely nem magától értetődő abban az esetben, ha a szolgáltatásoknak pusztán azt a jellegzetességét állítjuk a középpontba, hogy mindkét szolgáltatás alapvetően beszédátviteli kommunikációs célokat szolgál. A teljes helyzetképhez fel kell tehát tárni a mobil és a vezetékes ágazat igénybevételi szolgáltatásai tekintetében egymáshoz viszonyított pozícióit, illetve a mobil ágazaton belüli versenyviszonyokat.
- A mobil rádiótelefon szolgáltatás ágazatát érintő különböző összekapcsolási (végződtetési) díjak sem magától értetődőek. Jelentős különbség figyelhető meg egyrészt a vezetékes hálózaton, illetve a mobil hálózaton végződtetett hívások díjai között, másrészt pedig a mobil hálózaton végződtetett hívások díjai között, aszerint, hogy vezetékes vagy mobil hálózatról érkezett-e a hívás. Az első ránézésre nem indokolható különbségek indokai feltárásához szükséges a végződtetési szolgáltatásokat magában foglaló piac(ok) versenyviszonyainak részletes elemzése.
- A mobil rádiótelefon szolgáltatás nyújtásához nélkülözhetetlen a frekvencia használata. A frekvencia korlátos erőforrás, amely meghatározza a piaci szereplők mozgási lehetőségeit, sőt az állami szabályozás révén a piaci szereplők számát is. A korlátozott számú piaci szereplő és a magas belépési korlátok következtében az ágazat az oligopólium jellegzetességeit viseli magán. Ezen piaci szerkezet esetében adott esetben növelheti a fogyasztói jólétet az olyan típusú belépés a piacra, amely feloldja a korlátos erőforrás gátló tényezőit. A mobil ágazatban nemzetközi szinten több olyan példa ismeretes, amely ezt a belépést hozzáférési szerződések révén biztosította. Magyarországon nem történt ilyen belépés, ami adott esetben akár valamely vállalkozás(ok) versenykorlátozó magatartására is visszavezethető lehet. A probléma feltárásához előzetesen szükséges az objektív – műszaki és jogi – körülmények feltárása, illetve adott esetben a versenyre gyakorolt hatások vizsgálata.

A GVH 2001 májusában kereste meg első ízben egyrészt a mobil rádiótelefon szolgáltatókat, másrészt a koncessziós távbeszélő szolgáltatói vállalkozáscsoportokat. A későbbiekben még több alkalommal kért felvilágosítást mind a szolgáltatói csoportoktól, mind a Hírközlési Főfelügyelelettől.¹

¹ 2001. december 23. óta Hírközlési Felügyelet.

1.2. Az ágazat versenyviszonyait meghatározó külső körülmények

A mobil rádiótelefon szolgáltatás ágazatának piaci mozgásait leíró jellemzéshez – a távközlés minden ágazatához hasonlóan – elengedhetetlen, hogy az adott ágazat műszaki és jogi háttéréről rövid áttekintést adjunk. Ezen elemek ugyanis olyan objektív körülmények, amelyek alapvetően meghatározzák a piac fejlődési lehetőségeit, az adott vállalatok által folytatott piaci stratégiákat. Magyarországon kétféle mobil rádiótelefon technológia honosodott meg, egyrészt az NMT rendszerű analóg rendszer, amely 450 Mhz-es frekvencián működik, másrészt az egységes európai szabványon alapuló digitális rendszer, a GSM² technológia. A mobil rádiótelefon szolgáltatás fontos jellemzője, hogy a működéséhez frekvenciára van szükség, amely korlátos erőforrásnak minősül, így a piacralépés eleve korlátozott.

A hazai mobil rádiótelefon szolgáltatási ágazat fejlődésének egyik fontos tényezője, hogy Magyarország az egységes európai rendszerhez csatlakozott, hiszen a 900, illetve 1800 Mhz-en működő rendszer nemcsak adott országon belül teszi lehetővé a felhasználó számára, hogy használja a mobil rádiótelefon készülékét, hanem azon kívül is, más szolgáltatók hálózatára való kapcsolódással. A digitális technológia természetes előnyei – a jobb minőségű hangátvitel és az értéknövelt szolgáltatások lehetőségeinek sokasága – ugyancsak fontos elemei a sikerességnek. A GSM szabványon alapuló szolgáltatást biztosító technológia folyamatosan fejlődik, és a távközlés felhasználói szokásainak alakulásához igazodva számos új használati lehetőséget biztosít. Ezek közül különösen fontos kiemelni a csomagkapcsolt adatátviteli módszert (GPRS)³, amely az Internet elérésének reális lehetőségét nyújtja a felhasználó számára. A hazai mobil rádiótelefon szolgáltatás ágazatának jövőbeni fejlődését – a világ más területeihez hasonlóan – a harmadik generációs mobil technológiák megjelenése alapvetően fogja befolyásolni.

A mobil rádiótelefon szolgáltatás ágazatát befolyásoló jogszabályi környezet az ágazati vizsgálat során vizsgált időszakban jelentős változáson esett át. Az ágazatban jelenleg szereplő vállalkozások piacralépésétől⁴ kezdve egészen 2001. december 23-ig a távközlésről szóló 1992. évi LXXII. törvény (Tt.) által létrehozott szabályozási struktúra határozta meg az ágazat életét. A Tt. rendelkezései szerint csak koncessziós szerződéssel lehetett piacra lépni, ami jelentős hatást gyakorolt az ágazat körülményeire. A koncessziós szerződés megkötéséhez szükséges pályázati rendszer egyrészt sajátos belépési feltételeket teremtett, másrészt maguk a koncessziós szerződések olyan rendelkezéseket tartalmaznak, amelyek a piaci tevékenység végzését jelentős mértékben meghatározzák. A szerződések rendelkezései gyakorlatilag a jogszabályokkal párhuzamosan – egyes esetekben azokkal versengve – az állami szektor egyik szereplője – a szerződést aláíró miniszter – által ellenőrzött magatartási előírásokat tartalmaznak.

A Tt. rendszerében a mobil rádiótelefon szolgáltatás közcélú szolgáltatásnak minősült, és a szolgáltatóknak szerződéskötési kötelezettségük volt az előfizetőkkel. A Tt. elfogadásakor széles körű árszabályozási előírások is vonatkoztak az ágazatra – egészen 1998 elejéig a mobil rádiótelefon szolgáltatás árai hatósági árnak minősültek. 1998. januártól a szolgáltatók szabad ármegállapítási joga érvényesült minden szolgáltatás tekintetében, és a szabályozási környezet egészen 2001. júliusig nem változott. Ekkortól kezdve a közcélú távbeszélő

² Global System for Mobile Telecommunications (a mobil távközlés globális rendszere)

³ General Packet Radio Service

⁴ Ez a W450 1990-es piacralépésétől a Vodafone 1999-es belépéséig tartó folyamat

hálózatból a mobil rádiótelefon hálózatba irányuló hívások igénybevételi – azaz az előfizetők által fizetendő – díját nem a mobil rádiótelefon szolgáltatók, hanem a vezetékes szolgáltatók határozhatják meg. Fontos eleme volt továbbá a Tt. szabályozásának a más távközlő hálózatokkal való együttműködés szabályozása. A távközlési szolgáltatások nyújtásának elengedhetetlen feltétele ugyanis, hogy az egyes hálózatok felhasználói kommunikálni tudjanak egymással – ehhez össze kell kapcsolni a hálózatokat. Az együttműködésre vonatkozóan egyaránt tartalmazott fontos rendelkezéseket a Tt. és végrehajtási rendelete, illetve a koncessziós szerződések is. A Vodafone piacralépésével jelent meg egy, a versenyre igen jelentős hatást gyakorló együttműködési szabály a GSM szolgáltatók koncessziós szerződésében – ez volt a kötelező belföldi roaming. Ennek alapján a W900 és a PGSM köteles volt rendelkezésre bocsátani a saját hálózatát a Vodafone számára mindaddig, amíg a Vodafone nem rendelkezik megfelelő kiépítettségű hálózattal az országban.

A közcélú távbeszélő szolgáltatás ágazatában lejáró kizárólagos jogosultságok az egész távközlési szektort alapvetően befolyásolták. Ez indokolta, hogy a hírközlésről szóló 2001. évi XL. törvény (Hkt.) elfogadásával új szabályozást alakított ki a jogalkotó, amely a mobil rádiótelefon ágazatot is jelentősen befolyásolta. A piacralépési előírások keretében megszűnt a koncessziós rendszer, a szolgáltatás nyújtását elegendő bejelentéssel megkezdeni. A bejelentéshez azonban csatolni kell azon egyedi engedélyeket, amelyek a szolgáltatás nyújtásának tárgyi feltételeit biztosítják. Ezek közé tartoznak a frekvenciahasználattal, a telefonszámokhoz szükséges azonosítóhasználattal és a hálózatépítéssel összefüggő engedélyek. Ez azt jelenti, hogy a piacralépéshez továbbra is számos jogi feltételnek kell eleget tenni.

A mobil rádiótelefon szolgáltatás végzésére vonatkozó szabályok nem alakultak át jelentősen a Tt-ben foglaltakhoz képest, ám ennél jelentősebb változásokat figyelhetünk meg az árszabályozás és az együttműködési szabályok keretében. A Hkt. által bevezetett jelentős piaci hatalommal rendelkező szolgáltató kategória kiterjed a mobil rádiótelefon szolgáltatókra is, két piacon is vizsgálandó a szerepük: a mobil rádiótelefon szolgáltatás piacán és az összekapcsolási piacon. Az utóbbi piacon jelentős piaci hatalommal rendelkező szolgáltató a Hkt. szerint köteles a távbeszélő hálózatból a saját hálózatába irányuló hívásokért felszámított végződtetési – összekapcsolási – díjat költségalapon – a hosszú távú, előremutató különbözeti költségek⁵ módszere szerint – kialakítani. Az együttműködési formákat meghatározó kötelezettség továbbá, hogy a mobil rádiótelefon szolgáltatóknak biztosítaniuk kell előfizetőik számára, hogy a nemzetközi hívásaik lebonyolításához szolgáltatót válasszanak.

1.3. A mobil rádiótelefon ágazat nemzetközi környezete

A mobil rádiótelefon technológián alapuló szolgáltatások nemzetközi porondon való tömeges megjelenése az analóg rendszerek 1980-as évekbeli bevezetésével párhuzamosan történt meg. Az 1990-es években a technológiaváltás alapjaiban változtatta meg a mobil rádiótelefon szolgáltatás szerepét a távközlési szektorban, és az évtized végére Európa minden országában elérte és meg is haladta a 100 lakosra jutó mobil felhasználók száma a vezetékes telefon előfizetőkét. Európában a kezdetekben kiemelten sikeres olasz piac után jelenleg egyértelműen a skandináv piacok vezetnek a rangsort. 2001-ben további jelentős növekedés volt megfigyelhető az európai piacokon, ebben az évben már jelentős előnyre tett szert az

⁵ Long Run Incremental Cost (LRIC)

Európai Unió teljes piaca az Egyesült Államokkal szemben. Az előfizetős szám növekedéssel párhuzamosan jellemzően csökkenő tendenciát mutattak a mobil távközlési tarifák. A jelentős árcsökkenések jellemzően minden piacon abban az időszakban voltak megfigyelhetőek, amikor az analóg időszakban jellemző monopol vagy duopol helyzet többszereplős versennyé alakult át. A nyugat-európai szituációhoz hasonló fejlődési ívet lehet megfigyelni a kelet-európai országokban – némi fáziskéséssel. Fontos jellemzője az összes megfigyelt államnak, hogy egyrészt a monopolhelyzetű vezetékes szolgáltatók mobil leányvállalatai általában piacvezető pozíciót tudtak elfoglalni a piacokon, másrészt, hogy a verseny intenzívebb hatást tud kifejteni ott, ahol a bevezetéskor egyidőben kapott engedélyt több szolgáltató – ellentétben a fáziskéséssel megoldott piacralépéssel. A kelet-európai terület jellegzetessége továbbá, hogy a mobil távközlés a bevezetések a fogyasztók számára még a vezetékes szolgáltatás kényszer-helyettesítő termékeként jelent meg, tekintettel a vezetékes hálózat szerény kiépítettségére.

A mobil távközlés jövőjét alapvetően befolyásolják a nemzetközi porondon megfigyelhető szabályozási elképzelések. Az Európai Unió távközlési szabályozási reformja – amelynek már elfogadott jogszabályai 2003 júliusában lépnek hatályba – különös hangsúlyt fektetett a mobil rádiótelefon szolgáltatással kapcsolatos elképzelésekre. Általánosságban elmondható, hogy egyes területeken a korábbi szabályozáshoz képest részletesebb előírások lehetnek érvényben – ide sorolható az összekapcsolás, a belföldi roaming, a szolgáltatóválasztás, számhordozhatóság. Az elfogadott irányelvek azonban nem tesznek kötelezővé előírásokat anélkül, hogy adott ország ne győződhetne meg azok szükségességéről – általános alapelv, hogy szabályozást csak abban az esetben kell alkalmazni, ha adott piacon nem kielégítő a verseny szintje. Fontos tehát a magyarországi szabályozási elképzelésekkel kapcsolatosan is szem előtt tartani, hogy a mobil rádiótelefon szolgáltatás egyes piacain megfigyelhető versenykörülményekhez igazított mélységű szabályozási beavatkozással éljen az állam.

A mobil távközléssel kapcsolatos nemzetközi versenyjogi gyakorlat igen fontos tanulságokkal szolgálhat a GVH számára – annak ellenére, hogy igen heterogén képet mutat a gyakorlati példák feldolgozása. Több országban is ismeretes olyan versenyjogi döntés, amely erőfölénnyel való visszaélés tárgyában indított ügyekben nem állapította meg az – akár egyedüli, vagy közös – erőfölényes pozíció létét⁶. Fontos kiemelni, hogy a vizsgált ügyeket többféle piaccal kapcsolatosan indították, jellemzően eltért egymástól a kiskereskedelmi és a nagykereskedelmi piacok megközelítése. Jelentős kartellejárás terepe volt ugyanakkor Olaszország, ahol a versenyhatóság hosszú időszakra vonatkozó összejátszást látott bizonyítottnak. Általánosságban elmondható, hogy majdnem minden európai országban és OECD tagállamban szerepeltek a távközlés versenyjogi esetei között kiemelkedő jelentőségű mobil távközlési ügyek is.

1.4. Az ágazati vizsgálat során előadott szolgáltatói álláspontok

A vizsgálat kezdetekor a GVH fontosnak tartotta, hogy a kért adatsorok meghatározásán kívül az érdekelt vállalkozások tudomására hozza a piaccal kapcsolatos előzetes elképzeléseit. Ezt alapvetően úgy lehet összefoglalni, hogy a mobil rádiótelefon szolgáltatási ágazat több szolgáltatás egysége, amelyen több érintett piac is meghatározható – ezeken a versenyviszonyok is eltérhetnek egymástól. Az egyes csoportokat a GVH előzetesen az

⁶ Ilyen esetek voltak Írországban és Finnországban.

igénybevételi, nagykereskedelmi jellegű, hálózati és adatátviteli szolgáltatások besorolásban állapította meg.

A szolgáltatói válaszok alapvetően eltértek egymástól az adott válaszadó jellemzői alapján – ilyen módon lehetett elkülöníteni egymástól a digitális mobil szolgáltatókat, az analóg szolgáltatót és a vezetékes szolgáltatókat, ezen belül is a MATÁV-ot és a helyi koncessziós társaságok képviselőjét, az LTO⁷ Szövetséget. Fontos körülmény volt ugyanakkor, hogy az igénybevételi szolgáltatásokkal kapcsolatban általában hasonló válaszokat adtak a szolgáltatók. Ennek a lényege az volt, hogy az egyes szolgáltatásokat – belföldi hívás, nemzetközi hívás, hozzáférés stb. – nem lehet egymástól elkülönítetten kezelni, a verseny az egyes szolgáltatási csomagok között zajlik. Egyedinek lehet mondani az LTO Szövetség válaszát abban a tekintetben, hogy valamilyen mértékű bontást szükségesnek tartottak az igénybevételi szolgáltatásokon belül, legalább a prepaid és a postpaid kategória között. A nagykereskedelmi szolgáltatásokkal kapcsolatban a szolgáltatók általában a kategorizálás hibáira hívták fel a figyelmet, és több esetben hangsúlyozták, hogy jelenleg nincs klasszikus értelemben vett nagykereskedelmi (wholesale) szolgáltatás Magyarországon. Ugyanakkor gyakorlatilag az összes válaszadó egyetértett tartalmában a GVH-val a hálózati- és az adatátviteli szolgáltatások kiinduló kategorizálásával kapcsolatban.

A helyettesítés és a piac-meghatározás tekintetében a szolgáltatók releváns piacnak a mobil szolgáltatások országos piacát látják. Úgy vélik, hogy elsősorban nem az egyes szolgáltatások, hanem a szolgáltatók által kínált különböző szolgáltatás-csomagok versenyeznek egymással. A mobil szolgáltatók között a szolgáltatók véleménye szerint mind kínálati, mind keresleti szempontból helyettesítés van, míg a kínálati helyettesítés a vezetékes szolgáltatók oldaláról nem állhat fenn. A mobil és vezetékes szolgáltatások keresleti helyettesítésével kapcsolatban általánosnak tekinthető az a vélemény, hogy a vezetékes szolgáltatások csak korlátozott mértékben képesek helyettesíteni a mobil szolgáltatásokat. Kiemelhető az LTO szövetség tagjainak álláspontja, mely szerint a hívásvégződtes tekintetében – a helyettesítés lehetetlensége folytán – minden egyes mobil hálózat külön piacot alkot, azaz a hívásvégződtes tekintetében a mobil szolgáltatók gyakorlatilag monopolhelyzetben vannak.

1.5. Közgazdasági elemzés és következtetések

1.5.1. Módszer

A vizsgálat során az érintett piac meghatározásának célja nem teljes mértékben egyezik meg a konkrét versenyfelügyeleti eljárásokban a piac-meghatározás céljával. Az utóbbi esetben ugyanis valamely konkrét magatartás vagy helyzet elemzésével kapcsolatban nyilatkozik a GVH, míg az ágazati vizsgálat során a piaci mozgások, a versenyviszonyok feltárása az a cél, amely indokolja, hogy egyes, elkülöníthető piacok elemezésére kerüljön sor. Ennek megfelelően az elemzés során a piacokkal kapcsolatosan kialakított következtetések nem feltétlenül egyeznek meg adott versenyfelügyeleti eljárásban az érintett piacra vonatkozóan kialakult állásponttal.

⁷ Local Telecom Operators (helyi távközlési szolgáltatók)

Az elemzés során a GVH egyaránt élt kvalitatív és kvantitatív módszerekkel, előbbi esetében elsősorban a piaci szereplők viselkedéséből levonható következtetések említendőek meg, míg az utóbbi – az elemzés jelentős részét kitevő – módszerek alkalmazása során párhuzamosan többféle megközelítés is érvényesült. Ezek között fontos megemlíteni a piacok vizsgálatánál gyakran használatos rugalmasságok becslését, az ármozgások alakulásának, az alkalmazkodási sebességek elemzését és a – versenyfelügyeleti eljárásokban általában alkalmazott – hipotetikus monopolista tesztet⁸. Az adott esetben alkalmazott módszerek kiválasztására vonatkozó döntésnél jelentős befolyást gyakorolt a vizsgált piac jellege (a változások sebessége miatt), illetve a rendelkezésre álló adatok minősége. Mindezek alapján általánosságban ki lehet jelteni, hogy a GVH-nak nem minden esetben volt lehetősége arra, hogy az adott esetben optimálisnak tartott módszer szerinti elemzést végezze el. Ezen esetekben az adatok diktálta realitáshoz alkalmazkodva az optimális kimenethez legközelebbi eredményt ígérő metódus került kiválasztásra. A leggyakrabban alkalmazott módszereket – idősorelemzés lineáris regresszióval, illetve a korreláció analízis – külön bemutatja a jelentés a részletes elemzést megelőzően.

1.5.2. A részletes vizsgálat köre

A GVH az elemzést az előzetes feltételezésekre adott szolgáltatói válaszok alapján kialakított nagyobb csoportokból kiindulva kívánta lefolytatni. A csoportok kiválasztásában döntő szempontot jelentett, hogy az adott szolgáltatási csoportra nézve rendelkezésre álljon az elemzéshez szükséges minimális időtávra visszavezethető adatsor, és az adott szolgáltatás jelentős súlyt tegyen ki az ágazat bevételeinek egészében. Ennek megfelelően a részletes elemzésből kimaradtak azon szolgáltatások, amelyek a keresletük jellemzői alapján még nem terjedtek el tömegesen. Ezen döntés alapvető oka az volt, hogy kialakulatlan szolgáltatási körrel kapcsolatban jelen pillanatban a GVH nem kívánt következtéseket levonni. Mindezek alapján alapvetően két csoportra oszlottak a szolgáltatások:

- a végfelhasználók által igénybevett retail szolgáltatások (ezen belül a beszédátviteli szolgáltatásokra helyezve a hangsúlyt);
- a távközlési szolgáltatók által igénybevett wholesale szolgáltatások.

1.5.3. Az igénybevételi szolgáltatások – retail piac

A retail piac felmérésében a GVH elfogadta azt a kiinduló feltételezést, hogy a vizsgált időszak piaci viszonyai között a szolgáltatási csomagok egésze versenyez egymással, nem az egyes szolgáltatások.⁹ A vizsgálat középpontjában ezért alapvetően a retail piaci árak alakulásának kérdése és ebből következően a verseny szintjének felmérése, a pre- és postpaid csomagok egymáshoz való viszonya, illetve a fix és a mobil szolgáltatások közötti hatások álltak. A felmérés során több alkalommal kellett az optimális helyett más módszert alkalmazni, ám több helyettesítő metódus alkalmazásával kielégítő válaszok adhatók a vizsgálandó kérdésekre. A trendek és korrelációk vizsgálata nem képes önmagában a piacok elhatárolására, viszont erős bizonyítékokat jelenthet egyes állítások mellett vagy ellenük. A

⁸ Kicsi, de nem elhanyagolható, nem átmeneti áremelkedés (small, but significant, non-transitory increase in price - SSNIP) tesztje.

⁹ A jövőben természetesen ez a helyzet változhat, a változásban jelentős szerep van a wholesale piacok fejlődésének, illetve a fogyasztói igényeknek.

fogyasztói felmérések hiányában ez az egyetlen mód arra, hogy empirikusan is ellenőrizni lehessen a kiinduló feltételezéseket. Másik módszerként a helyettesítő termékek körének felmérésére a hipotetikus monopolista tesztet alkalmazta a GVH.

A vezetékes és mobil piac elhatárolása szempontjából két dolog volt közvetlenül is fontos: a perc/hívás mutató és az árak vizsgálata. A perc/hívás mutató azért érdekes, mert ez az egyetlen indikátor, amelyből arra tudunk következtetni, hogy a fogyasztók milyen típusú hívásokat indítanak. Ennek vizsgálata azt mutatta, hogy a mobilról indított hívások általában hasonló időtartamúak, mint a vezetékes-mobil hívások, ám lényegesen rövidebbek, mint a vezetékes-vezetékes hívások. A másik érdekes mutató a hívások átlagos árszínvonala. Itt az tapasztalható, hogy a mobilról indított hívásoknál az árak szintje csökkenő. A vezetékesről indított hívásokkal kapcsolatban megállapítható, hogy a fix-mobil ár – bár jelenlegi szintje közel azonos a mobilról indított hívások árával – nem csökken, így valószínűsíthető, hogy ezek nem alkotnak egy piacot. Ugyanakkor bizonyos esetekben elképzelhető helyettesítés a két típus között, mivel sok jellemzőjük hasonlít egymáshoz; áruk és hosszuk is nagyjából megegyezik, valamint mindkettőnél jelentkezik a mobilitás mint többletérték. A távolsági hívások ára ezzel szemben jelentősen alacsonyabb, mint a mobilról indított vagy fix-mobil hívások ára, ezért általában nem lehet túl erős a helyettesítés. Fontos megjegyezni, hogy intuitív következtetések alapján is arra a következtetésre jutottunk, hogy a kétféle szolgáltatás egészében semmiképpen nem lehet egymás helyettesítője. A hipotetikus monopolista tesztnek megfelelően a mobil szolgáltatások árának kicsi, ám nem elhanyagolható mértékű, nem átmenetinek tekinthető áremelése esetén nem valószínű ugyanis, hogy a fogyasztók helyettesítenének a vezetékes szolgáltatással. Mindezek mellett azonban két területen az árösszehasonlítások révén felvetődött a potenciális helyettesítési lehetőség – ezek voltak a mobil nagyfogyasztók körében a mobil hívások és a belföldi távolsági hívások, illetve a lakossági fogyasztók alsó szegmense¹⁰ tekintetében a kisfogyasztói díjszomog, illetve a prepaid csomagok között. Hangsúlyozandó ugyanakkor, hogy ezek potenciális helyettesítési lehetőségek, és a valós helyettesítésre vonatkozó döntéshez a GVH nem rendelkezett elegendő empirikus adattal.

A mobilról indított hívásokon belül is megfigyelhetőek szignifikáns eltérések; a postpaid és a prepaid szegmensek esetén mind a négy számított mutató jelentős különbségeket mutatott. Ugyanakkor – mint ahogy azt korábban kifejtésre került – ezek a módszerek nem alkalmasak piacelhatárolásra, csak bizonyos sejtések, elképzelések tesztelésére, alátámasztására. A hipotetikus monopolista tesztet elvégezve egyértelműen arra a következtetésre juthatunk, hogy a két szegmens egy piacot alkot, mert mind keresleti, mind kínálati oldalon nagyon erős a helyettesíthetőség. A kínálati helyettesítés lehetősége elég egyértelmű. Amennyiben a két piac közül az egyiket egy monopolista működné, akkor ennek 5-10%-os áremelése esetén a másik piaci szereplő előtt nem állnának komoly belépési korlátok¹¹, ilyen módon könnyű lenne a belépés. A keresleti oldalon sem kétséges a helyettesítés lehetősége; a két termék közötti különbségek a fogyasztó szempontjából nem igazán jelentősek, hiszen funkcionálisan mind a két szolgáltatás ugyanarra képes.

Az árkorrelációk vizsgálata megerősítette ezeket a megfigyeléseket. A mobil szektoron belül – eltekintve a W450-től – nagyon hasonlóan alakulnak az árak. Különösen erős a post- és prepaid szektor közötti kapcsolat. Ezek alapján úgy tűnik, hogy a mobil szolgáltatók azonos

¹⁰ Ők jellemzően valamely technológiájú telefonos hozzáférést nem használnak hívásra, csak az elérési lehetőség funkciójával élnek.

¹¹ Természetesen olyan szolgáltatók elméleti belépéséről van szó, amelyek hálózattal és koncessziós joggal rendelkeznek, hiszen ezek hiánya a belépés abszolút korlátja lenne.

piacon működnek, és a postpaid és prepaid szegmensek is egy piacnak tekintendők. Ezzel szemben a fix és a mobil piacok közötti korreláció ennél alacsonyabb, tehát kevésbé érződnek ugyanazok a versenytényezők. Ez megerősíti azt az állítást, hogy a távolsági hívások a mobiltól eltérő piacon vannak.

1.5.4. A wholesale szolgáltatási kategória

A vizsgált kategória elnevezésére vonatkozó döntést alapvetően az a tényező befolyásolta, hogy a szolgáltatói válaszok a nagykereskedelmi és a hálózati szolgáltatások tekintetében tartalmilag igen közel álltak a kiinduló feltételezéshez, ám az egyes, a piacon megfigyelhető szolgáltatások besorolása a GVH megközelítésétől némiképp eltérő képet mutatott. Az egységes kategorizálás érdekében került bevezetésre a wholesale kategória.

A wholesale szektorral kapcsolatban a következők állapíthatók meg:

- A wholesale és a retail külön piac.
- A wholesale szegmensen belül jelenleg a következő piacok különböztethetők meg:
 - a belföldi mobilszolgáltatók egymásnak, illetve egyéb vállalatoknak nyújtott egyirányú hozzáférési szolgáltatásai,
 - a nemzetközi roaming, és
 - a különféle szolgáltatók saját végződtetési piacai.

Az első kategóriával kapcsolatban fontos leszögezni, hogy jelenleg tömegesen nem elterjedt a piacon, és – következtetésünk szerint alapvetően a koncessziós szerződésekben foglalt moratórium következtében – alapvetően nem új – a jelenleg piacon lévő vállalkozásokon kívüli – belépő mobil szolgáltatása nyújtásának elősegítésére irányul. Két példát lehet jelenleg ebbe a kategóriába sorolni: a PGSM által a Vodafone-nak nyújtott belföldi roaming és a W900 által a MATÁV-nak nyújtott hozzáférési szolgáltatás. A kategórián belüli elkülönítéssel – hálózati hozzáférés, kapacitás átadás stb. – és versenyviszonyokkal a piac fejletlensége következtében a GVH részletesen nem foglalkozott. Fontos azonban kiemelni, hogy a mobil rádiótelefon szolgáltatási piac telítődésével párhuzamosan jelentkező új irányok – alapvetően a meglévő kapacitás kihasználásának igényével – hangsúlyosabbá tehetik ezt a piaci szegmenst.

A nemzetközi roaming szolgáltatáson belül elkülöníthető a külföldi társaságoknak nyújtott roamingolási lehetőség biztosítása – ez wholesale kategória – és a saját előfizetők számára biztosított roaming szolgáltatás – ez alapvetően retail kategória.

A végződtetési piaccal kapcsolatban a GVH alapvetően azt a megközelítést tartja helyénvalónak, amely szerint ez a hívó fél és a hívott fél telefontársasága között létrejövő kapcsolat. A szolgáltatás megvalósulásakor a döntési szituációk a következőképpen alakulnak: a hívó fél dönt a szolgáltatás igénybevételéről, ám a hívott fél választja ki a telefontársaságot. Mivel a hívó fél fizet minden szolgáltatást¹², ezért a hívott fél választását döntően nem befolyásolja az igénybevétel ára. Mivel a hívott felet más szolgáltató igénybevételével nem lehet elérni, az adott szolgáltató monopolhelyzetben van a saját hálózatában végződtetett hívások piacán.

¹² Calling Party Pays – CPP – elv.

1.5.5. Véggkövetkeztetések

A mobil rádiótelefon szolgáltatási ágazat vizsgálatának kitűzött célja a versenyviszonyok felmérése és az esetleges beavatkozási területek feltárása volt. A versenyviszonyok felmérésevel kapcsolatban elmondható, hogy az ágazat bevételeinek zömét kitevő területen a vizsgálat képes volt a rendelkezésre álló adatsorokból bizonyos következtetéseket levonni. Ennek megfelelően általában eljutott a vizsgálat addig a pontig, hogy képes volt megállapítani, hogy adott piacon érvényesülnek-e a verseny kényszerítő hatásai olyan mértékben, hogy azt versenypiacnak lehessen nevezni, vagy sem.

A vizsgálat indításakor felmerülő előzetes kérdésekkel kapcsolatos álláspontot a következőkben lehet összefoglalni:

- A mobil rádiótelefon szolgáltatás és a vezetékes szolgáltatás árszínvonala átlagosan valóban nagy különbséget mutat, a mobil árak még mindig meghaladják a vezetékes árakat. A két szektor kölcsönös versenyviszonyainak elemzése viszont arra a következtetésre juttatta a GVH-t, hogy általánosságban nem helyettesítheti egymást a vezetékes és a mobil szolgáltatás. Ez tehát azt jelenti, hogy a két szektor árai közötti különbség önmagában nem értékelhető piaci zavarra utaló körülményként. A retail szolgáltatások mobil rádiótelefon szolgáltatás ágazatán belüli átlagos árviszonyainak elemzése tekintetében viszont egyértelműen csökkenő tendenciát figyelhetünk meg – ez pedig a retail piaci versenyre enged következtetni.
- Az összekapcsolási díjakra vonatkozóan a következő megállapításokat tehetjük:
 - i. A vezetékes és mobil hálózatok végződtetési díjai közötti árkülönbség további vizsgálata nem releváns a két ágazat – fent kifejtett – helyettesítési viszonyai következtében;
 - ii. A mobil rádiótelefon hálózatban végződő hívások díjainak alakulása – figyelembe véve az árak változását és az egyes irányokból érkező hívások árazásának különbségét – egyértelműen valamilyen piaci zavart mutat. A GVH álláspontja szerint a végződtetési piacok szolgáltatónként elkülönülnek, amely óhatatlanul is előrevetíti annak a lehetőségét, hogy adott vállalkozások piaci hatalmi pozícióval – azaz erőfölénnyel – rendelkeznek. A részletes elemzés felvetette annak valószínűségét, hogy ez a piaci zavar valamely vállalkozás(ok) versenykorlátozó magatartására vezethető vissza, ezért ezen terület részletes elemzésére versenyfelügyeleti eljárást szükséges indítani. Az összekapcsolási díjakkal kapcsolatosan tehát az ágazati vizsgálat következtetése megegyezik a GVH-hoz érkezett azon bejelentésekkel, amelyek szerint a mobil végződtetési díjakkal kapcsolatosan versenyfelügyeleti eljárást kell lefolytatni.¹³
- A mobil rádiótelefon szolgáltatás piacára való belépés hiányával kapcsolatban a vizsgálat arra a következtetésre jutott, hogy annak elsősorban objektív körülményekre – a jogi környezetre – visszavezethető okai vannak. Ez tehát azt jelenti, hogy a belépés hiánya semmiképpen nem tekinthető valamely vállalkozás(ok) versenykorlátozó magatartása következményének. A GVH továbbra is fenntartja azt az álláspontját, hogy a hozzáférési szerződések révén biztosított belépés adott esetben a verseny

¹³ A GVH 2002. február 7-én indított versenyfelügyeleti eljárást a Tptv. 11. és 21. §§-i megsértésének tárgyában a mobil rádiótelefon szolgáltatók és a MATÁV Rt. ellen. A Vj-22/2002. számon indított vizsgálat 2002 szeptemberében is folyamatban van.

intenzitásának fokozása révén növelheti a fogyasztói jólétet, ám ennek részletes elemzésére csak a jogi korlátok lebontását követően lehet sort keríteni.

A jelentés nem tartalmaz részletes jogalkotói beavatkozásra vonatkozó javaslatot, ám adott esetben a GVH a vizsgálat során összegyűjtött tapasztalatait felhasználva a jogalkotás továbbfejlesztéséhez hozzá tud járulni. A vizsgálat fontos tanulságaként levonható azonban az a következtetés, hogy szükséges a távközlés területén stratégiai jelentőségű ágazatok versenyviszonyainak időről időre történő felmérése. Ez az igény felmerül egyrészt a megalapozott versenyhatósági fellépés érdekében, másrészt a szabályozási döntések megalapozását elősegítendő is. A szabályozás területén különös hangsúllyal bír a kérdés abban az összefüggésben, hogy az Európai Unió új szabályozási szerkezete éppen az adott piacok versenyviszonyainak tükrében rendel el beavatkozási szükségletet. Mindehhez az szükséges, hogy a vizsgálatot végző szerv rendelkezzen a munkájához szükséges adatokkal. A feladat megoldása során alapvetően két szempontot kell szem előtt tartani:

- adott hatóság rendelkezzen az adatok gyűjtéséhez elegendő eszközzel – ezek között kiemelendő, hogy bármely, akár üzleti titoknak minősülő adatokhoz hozzájuthasson, illetve, hogy a nem megfelelő adatszolgáltatás esetén rendelkezzen a jogkövető magatartásra való rábíráshoz elegendő szankcionálási jogkörrel. Ez alapvetően az adott adatszolgáltató méretéhez igazodó bírságolási lehetőséget jelenti.
- az adatszolgáltatás előre kiszámítható rendszerben történjen – az alapos felméréshez kellő hosszúságú idősorokon nyugvó, meglehetősen mélységű adatsorokkal kell rendelkezni. Ez az adatszolgáltatóra is terhet ró, ezért az előre kiszámíthatóság fontos követelmény. Az adatok előre meghatározott rendszerben történő folyamatos és kötelező gyűjtése nem ró aránytalan terhet az adatszolgáltatásra kötelezettekre, ugyanakkor biztosítja, hogy valós képet mutathasson be adott hatóság a versenyviszonyokról.

2. A vizsgálat megindításának körülményei

Az 1990-es évtizedben a mobil rádiótelefon ágazat rendkívüli térnyerésének lehettünk tanúi az egész világon, így Magyarországon is. A mobil rádiótelefon szolgáltatási típus elterjedése a távközlési iparágra vonatkozó addigi értékelési szempontok átgondolására készítette az érintett vállalkozásokat és a piacot felügyelő hatóságokat, illetve a szabályokat alkotó szerveket is. A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) az ágazati vizsgálat intézményének alkalmazásával kívánta ezt a szükséges értékelést megtenni.

Az ágazati vizsgálat megindításakor a GVH a következő területeken érzékelt olyan piaci zavart, amely adott esetben akár a piaci szereplő vállalkozások – közös vagy vállalatonkénti – versenykorlátozó magatartására¹⁴ is visszavezethető lehet:

- A mobil rádiótelefon szolgáltatás térnyerésével párhuzamosan rögzült a mobil szolgáltatások átlagosan magasabb árszínvonala a vezetékes szolgáltatásokhoz képest. Mivel a mobil ágazat távközlési szektoron belüli helyzetének átfogó értékelésére nem került a korábbiakban sor, ezért az egymáshoz viszonyított árszínvonallal kapcsolatos következtetések előtt a két ágazat helyettesítési viszonyait szükséges feltárni. Ennek függvényében merülhet fel a kérdés, hogy vajon a tartósan magasabb árszínvonalat miképpen képes a mobil szektor fenntartani? Másképpen megfogalmazva a kérdést: az igénybevételi szolgáltatások területén szembetűnően magasabb árak vajon visszavezethetőek-e a verseny hiányára a mobil rádiótelefon szolgáltatás ágazatán belül, illetve ezt a hiányt okozhatja-e az adott vállalkozás(ok) versenykorlátozó magatartása?
- A hálózatok összekapcsolására vonatkozóan kialakított díjak között jelentős különbségeket lehet felfedezni aszerint, hogy
 - i. mobil hálózatban vagy vezetékes hálózatban végződik-e a hívás, illetve
 - ii. a mobil hálózatba mobil hálózatból vagy vezetékes hálózatból érkezik-e a hívás.

A díjkülönbségek egymáshoz való viszonyára vonatkozó elemzés nélkülözhetetlen eleme ismételten a mobil és a vezetékes szektor – igénybevételi, illetve összekapcsolási szinten jelentkező – helyettesítési viszonyainak feltárása. Ezen elemzés függvényében viszont további kérdésként merül fel, hogy vajon a végződtetési díjak közötti különbség valamely vállalat(ok) versenykorlátozó magatartására vezethető-e vissza, vagy a piacon megfigyelhető egyéb objektív körülmény – műszaki, jogi környezet – következtében alakul-e így a helyzet?
- A mobil rádiótelefon szolgáltatás ágazatában kevés számú szereplő van jelen, a piac a zárt oligopólium jegyeit viseli magán. A nemzetközi tapasztalatok azt mutatják, hogy ez a szerkezet némileg felpuhulhat azáltal, hogy – hozzáférési szerződések megkötésével – saját mobil rádiótelefon hálózat kiépítése nélkül is belépnek a mobil rádiótelefon szolgáltatás nyújtásának piacára egyes vállalkozások. Ez a belépés adott esetben – a verseny intenzitásának növelésével – növelheti a fogyasztói jólétet. Magyarországon nincs ilyen típusú belépés a piacra, így történeti tapasztalatokkal nem

¹⁴ Közös versenykorlátozó magatartásnak tekintjük a versenykorlátozó megállapodásokat - Tpv. 11. § - míg az egyoldalú versenykorlátozás a gazdasági erőfölénnyel való visszaélés. A visszaélés tényállásszerűségéhez elengedhetetlen erőfölény ugyanakkor lehet egyedüli, vagy közös erőfölény.

rendelkezhetünk arra vonatkozóan, hogy vajon emeli-e a fogyasztói jólétet ez a belépés. Felmerül viszont a kérdés, hogy a belépés hiánya adott esetben valamely vállalkozás(ok) versenykorlátozó magatartására vezethető-e vissza.

2001. április 9-én döntött úgy a GVH vezetése, hogy az ágazati vizsgálat keretében a közvetlenül, illetve a közvetve érintett vállalkozásoktól – azaz a mobil rádiótelefon szolgáltatóktól, illetve a közcélú távbeszélő szolgáltatóktól – és az érdekelt hatóságoktól beszerzett adatok, információk alapján kialakítja álláspontját az ágazatban megfigyelhető ármozgásokról és más piaci körülményekről. Mindezek alapján a GVH elnöke 2001. május 15-én hozott határozatot arról, hogy a négy mobil rádiótelefon szolgáltató – a Westel Mobil Távközlési Rt. (a továbbiakban W900), a Pannon GSM Távközlési Rt. (a továbbiakban PGSM), a V.R.A.M. Rt. (a továbbiakban Vodafone) és a Westel Rádiótelefon Kft. (a továbbiakban W450) – és a koncesszióval rendelkező közcélú távbeszélő szolgáltatók (a továbbiakban vezetékes, vagy közcélú távbeszélő szolgáltatók) meghatározott forgalmi adatokat és a piac értékelésére vonatkozó információkat bocsássanak a GVH rendelkezésére. Ezt követően a bekérendő adatok rendszerével, majd a beadott adatokkal kapcsolatban számos konzultációt folytatott le a GVH az érintett vállalkozásokkal, és 2001 végén széleskörű információigényt tartalmazó megkereséssel fordult a Hírközlési Főfelügyelethez.¹⁵

2002. február 7-én a GVH versenyfelügyeleti eljárást indított a négy mobil rádiótelefon szolgáltató, illetve a MATÁV Rt. ellen elsősorban a közcélú távbeszélő hálózatból a mobil rádiótelefon hálózatba irányuló hívások díjával kapcsolatban. A hivatkozott versenyfelügyeleti eljárás jelenleg még folyamatban van, a GVH vizsgálati részlege által kialakított vizsgálati jelentés értékelése zajlik a GVH Versenytanácsánál. A GVH által az ágazati vizsgálat során készített jelentés nem érinti a hivatkozott versenyfelügyeleti eljárásban a GVH Versenytanácsának értékelését – a két eljárás egymástól függetlennek minősül.

A GVH az ágazati vizsgálatban elkészített jelentésének jelenleg közzétett változatát elsősorban a 2001 folyamán beszerzett adatokra alapozta, ám kitért olyan körülményekre is, amelyek 2002 januárjától hatnak az ágazatra.

¹⁵ A szervezet neve 2001. december 23. után Hírközlési Felügyelet.

3. Az ágazat versenyviszonyait meghatározó külső körülmények

Az alábbi fejezetben a jelentés a mobil rádiótelefon szolgáltatók versenyviszonyait meghatározó objektív körülményeket kívánja vázlatosan feltárni. Ennek keretében rövid áttekintést ad a szolgáltatás műszaki háttéréről, amely alapvetően befolyásolja a verseny lehetőségeit ebben a szektorban. Ezt követően a mobil rádiótelefon szolgáltatók által végzett tevékenységekre vonatkozó speciális, távközlési szabályozási környezet áttekintése következik. Külön kerülnek elemzésre a 2001. december 23. előtti szabályozási viszonyok, hiszen ezt az időszakot a közcélú távbeszélő szolgáltatási ágazatban – azaz a vezetékes beszédátviteli szolgáltatások területén – meglévő kizárólagossági jogok jellemezték. Ezt követően a jelentés részletesen szól a vezetékes piacnyitással hatályba lépő új szabályozási szerkezetnek a mobil ágazatra vonatkozó legfontosabb fejleményeiről. Bemutatásra kerülnek továbbá a magyar távközlési szektorban jelenleg is jelentős szabályozási követelményeket tartalmazó koncessziós szerződések. Ezen szerződések ugyanis amellet, hogy a piacra lépés engedélyezésének az aktusai, számos elemében meghatározzák az adott szolgáltató tevékenység végzésére vonatkozó szabályokat.

3.1. A mobil rádiótelefon szolgáltatás műszaki háttéréről röviden

A mobil távközlésben felhasználható frekvenciák szűkös erőforrásnak számítanak. Az analóg rendszerek első generációja a nyolcvanas évek első felében a 450 MHz körüli frekvenciák egy részét hasznosította. Az évtized második felére az újabb analóg rendszerek már a 900 MHz körüli tartományban továbbítottak jeleket, amelyet azután az első generációs digitális rendszerek – a tartományt hatékonyabban kihasználva és egyben az analóg rendszerek előfizetőinél három-négyszer több előfizetőt vonzva – is használtak. A legelterjedtebbé az európai szabványon alapuló GSM¹⁶ rendszer vált. A digitális rendszerek első generációja a 900 Mhz-es, a második generációja a 1800 Mhz-es frekvenciasávot használja. A jövőben a harmadik generációs rendszerek megjelenése és elterjedése határozza majd meg a mobiltelefonia fejlődését.

Magyarországon 1990. óta elérhető a mobil rádiótelefon szolgáltatás. Kezdetben a szolgáltatás 450 Mhz-es frekvencián, analóg rendszeren működött. Ez az úgynevezett NMT rendszerű mobil rádiótelefon szolgáltatás a digitális technológia megjelenésével egyre inkább háttérbe szorul az egész világon, így Magyarországon is. Ezért a következőkben a digitális technológiával nyújtott mobil rádiótelefon szolgáltatás elterjedésének és műszaki háttérének rövid, áttekintő jellegű bemutatására kerül sor.

A nemzetközi szabványként működő GSM rendszert 1987-ben hozta létre 13 európai ország, hogy a 900 Mhz-es frekvenciasávon egy egységes, egymás között kompatibilis távközlési rendszert alakítsanak ki (az addig Európában létező NMT rendszerű mobil hálózatok nem tették lehetővé a határokon kívüli mobil kommunikációt). A kereskedelmi szolgáltatások a tesztidőszakot követően 1992-ben indultak meg. Magyarországon 1993-ban kezdték meg a

¹⁶ Global System for Mobile Telecommunications (a mobil távközlés globális rendszere)

tesztelést, majd ezt követően a tényleges szolgáltatásnyújtást. A GSM szabvány fokozatosan Európán kívül is, az egész világon elterjedt, elsőként Ausztráliában, majd Ázsiában, végül pedig Észak- és Dél-Amerikában is. A felhasználók körének bővülése következtében szükségessé vált a felhasználható frekvenciasáv kiterjesztése, és ezért a legtöbb országban lehetővé tették az 1800 Mhz-es frekvenciasáv használatát is (az USA-ban és Kanadában 1900 Mhz-en működik a szolgáltatás).

A GSM szabvány alapján alkalmazott digitális technológia lényege, hogy – a korábban alkalmazott analóg technológiával ellentétben – úgy képes a hangátvitelre, hogy kiszűri a beszélgetést zavaró un. zajokat. Emellett a digitális technika alkalmazása különböző kényelmi, értéknövelt szolgáltatások nyújtását is lehetővé teszi.

A Nyilvános Földi Mobil Hálózatok¹⁷ három fő részből állnak: a mobilállomásnak is nevezett mobiltelefon készülékből, a bázisállomásból és a kapcsolóközpontból. A mobiltelefon készülék valójában egy olyan telefon, amely rádió adó-vevőként is működik; így képes adni és venni azokat a jeleket, amelyek a telefonkészülék és a mobil bázisállomás között közlekednek. A bázisállomás egy teresztriális, fix rádió adó-vevő, amely a telefonkészülék és a kapcsolóközpont között rádió interfészként működik. A kapcsolóközpont végzi a hívási és kapcsolási feladatokat, a hálózat felügyeletét, valamint a kapcsolattartást más távközlési hálózatokkal.

A mobiltelefon készülék az egyetlen olyan szerelem, amellyel a felhasználó közvetlen kapcsolatba kerül. A készülék a rádió adás-vétellel kapcsolatos valamennyi feladatot ellátja. A telefonkészülék magába foglal egy un. SIM¹⁸ kártyát. Ez a kártya előfizető-specifikus információt tartalmaz az előfizetőnek nyújtott szolgáltatásokról, tárolja a telefonszámokat és rövid üzeneteket, valamint tartalmazza a preferált hálózatok listáját. A SIM kártya közreműködik a biztonsági funkciók megvalósításában is.

A bázisállomások biztosítják antennáik segítségével, rádióhullámokon keresztül a kapcsolatot a mobiltelefon készülék és a kapcsolóközpont között. Ez a kétirányú rádiós kapcsolat teszi lehetővé, hogy az előfizetők szabadon mozoghassanak, vagyis hogy valóban kihasználhassák a mobilitás előnyeit. Amíg az előfizetők száma nem olyan magas, elegendő néhány nagyhatósugarú bázisállomás telepítése. Az előfizetők számának növekedésével azonban sok, egyre kisebb hatósugarú bázisállomást telepítenek, amelyek egy un. cellás rendszert alkotnak. A cellás rendszereket a spektrum-felhasználás hatékonysága jellemzi; az egy adott cellában felhasznált frekvenciák egy másik cellában újra felhasználhatók a kis hatósugarú bázisállomások sűrű hálózata folytán. A hálózatban hívásátadással biztosítják azt, hogy a cellahatárok átlépésekor sem szakadjon meg a beszélgetés.

A kapcsolóközpont végzi a mobil kezdeményezésű és a mobil végződésű hívások mobil részének felépítését, valamint biztosítja az olyan hálózatokkal való kommunikációt, amelyek adaptálást igényelnek (pl. a vezetékes hálózatok). A bázisállomások és a kapcsolóközpont együtt alakítják át az analóg beszédjelet digitális jelekké, majd vissza. A modulált digitális jeleket szállítják a rádióhullámok.

A kapcsolóközpont része a Rövid Üzenet Szolgálati Kapcsolóközpont is, amely a rövid szöveges üzenetek (SMS) továbbítását végzi.

¹⁷ Public Land Mobile Network (PLMN)

¹⁸ Subscriber Identification Modul (Előfizetői Azonosító Modul)

A mobilhálózat által lefedett terület elhagyásakor a mobiltelefon szolgáltatás felhasználója elvileg nem tudna telefonálni. Ez a helyzet, amikor a felhasználó külföldön, azaz a tipikusan nemzeti kiterjedésű hálózat határain túl tartózkodik. Ugyanakkor az egységes GSM szabvány és a GSM szolgáltatók között létrejött együttműködési megállapodások lehetővé teszik, hogy az előfizető gyakorlatilag bárhol használja mobiltelefonját (valójában a SIM kártyáját). Ilyenkor a külföldön tartózkodó előfizető a vendéglátó hálózatot veszi igénybe a telefonálásakor. Ez a nemzetközi roaming vagy barangolás. (Belföldi roamingról is beszélhetünk, amikor valamely mobilszolgáltató lehetővé teszi egy másik belföldi szolgáltató számára hálózata használatát.)

A GSM szabvány az Európai Távközlési Szabványosítási Intézet¹⁹ felügyelete alatt folyamatosan fejlődik, segítségével egyre újabb szolgáltatások terjedhetnek el. Ilyen a csomagkapcsolt adatátviteli mód (GPRS)²⁰, amellyel a számítógépes adatokat csomagokra bontják, és azokat továbbítják a mobiltelefonon keresztül. Ez a megoldás helytől függetlenül biztosít adatkapcsolatot a mobiltelefon segítségével a felhasználó hordozható számítógépe és egy másik számítógép (server) között. A GPRS adatátviteli sebessége azonban korlátozott. Ezzel szemben az áramkörkapcsolt adatátvitel²¹ segítségével lehetőség van arra, hogy a készülék egyszerre több csatornán továbbítsa adatokat, így az adatátvitel gyorsabb lesz. Ez a megoldás azonban meglehetősen drága, mert folyamatos kapcsolatot igényel, szemben a GPRS-szel, amely csak a csomag továbbításának idejére „online”. A Wireless Application Protocol (WAP) arra szolgál, hogy az Internetről továbbítsanak grafikai megjelenítést nem igénylő adatokat a mobiltelefonra.

A mobiltelefonia jövőjét a harmadik generációs rendszerek (UMTS)²² megjelenése és elterjedése jelenti. Az UMTS képes lesz 2 Mbps-ig terjedő, nagysebességű adatátvitelre, és ezáltal lehetővé válik a videotelefonálás, a képletöltés vagy bármely más nagyméretű fájl letöltése. Az UMTS pályázatokat már számos országban kiírták, illetve már a pályázat nyertesei is ismertek, azonban a tényleges szolgáltatás beindítása még várta magára. A jelentés nem tér ki a harmadik generációs rendszer elterjedési lehetőségeinek részletes elemzésére, hiszen kizárólag a Magyarországon jelenleg használatos technológián alapuló szolgáltatások szerinti versenyviszonyokat kívánja bemutatni.

3.2. A piaci liberalizációt megelőző szabályozási környezet

A liberalizációig, azaz a hírközlésről szóló 2001. évi XL. törvény hatályba lépéséig a 2001. december 23-ig hatályos távközlésről szóló 1992. évi LXXII. törvény (Tt.), valamint végrehajtási rendeletei szabályozták a távközlési piacot mind a piacralépés, mind a szolgáltatás nyújtására vonatkozó feltételek, mind a felek jogai és kötelezettségei tekintetében. A mobil rádiótelefon szolgáltatás vonatkozásában szerepet kapott a frekvenciagazdálkodásról szóló – ugyancsak hatályát veszített – 1993. évi LXII. törvény is.

¹⁹ European Telecommunications Standardization Institute (ETSI)

²⁰ General Packet Radio Service

²¹ High Speed Circuit Switched Data (HSCSD)

²² Universal Mobile Telecommunications System (univerzális mobil távközlési rendszer)

3.2.1. Piacralépési szabályok

A Tt. határozta meg a távközlési szolgáltatások nyújtásának módját és feltételeit, a távközlő hálózatok létesítésére vonatkozó szabályokat, valamint a távközlési szolgáltatók kötelezettségeit. A Tt. 3. §-a szerint közcélú mobil rádiótelefon szolgáltatást csak e célra alapított koncessziós társaság vagy az állam által meghatározott feltételekkel e célra alapított gazdálkodó szervezet nyújthatott.²³ A koncessziós tevékenységet végző mobil szolgáltató más koncessziós távközlési szolgáltatást csak pályázat elnyerése útján, a már működő koncessziós társaság keretében nyújthat. Ezen túl a Tt. 5. § (4) bekezdése arról is szólt, hogy milyen egyéb kiegészítő tevékenységet végezhet a társaság. A koncessziós szerződés a Tt. szerint egy alkalommal pályázat kiírása nélkül is meghosszabbítható, de legfeljebb az eredeti koncessziós időtartam felével (5. § (3) bekezdés).

A koncessziós szerződések tartalmát részben a koncesszióról szóló 1991. évi XVI. törvény (Kt.), részben a Tt. 5. § (1) bekezdése határozta meg. A Tt. a távközlési szolgáltatások sajátosságaira tekintettel – többek között – előírta, hogy a koncessziós szerződésnek tartalmaznia kell a szolgáltatás időben ütemezett forgalmi, minőségi, mennyiségi és műszaki követelményeit, a más távközlési szolgáltatóval való együttműködés feltételeit; a koncessziós díjra vonatkozó feltételeket; a szolgáltatási díjak megállapításának módját és módosításuk feltételeit, ha azokat nem jogszabály állapítja meg; valamint a tevékenység gyakorlásának földrajzilag meghatározott területét. A Tt. 5. § (2) bekezdése alapján a koncessziós díj kivételével a létesítő határozatnak, illetőleg más alapító okiratnak megfelelően tartalmazni kell a fent felsorolt feltételeket. A Kt. 13. § (2) bekezdése értelmében a koncessziós díj megfizetésének módjáról és mértékéről a koncessziós szerződésben kell rendelkezni.

A mobil rádiótelefon szolgáltatás ágazatának sajátosságai alapján a fenti szabályok értelmében az állam igen komoly követelmények elé állította a piacralépő koncessziós mobil rádiótelefon szolgáltatókat. Ezen követelmények sorában kell megemlíteni a szolgáltatás meghatározott minőségére vonatkozó előírásokat, amelyeket a koncessziós szerződés részletesen szabályoz. A minőségi követelmények sorában kiemelkedő az elérhetőség földrajzilag kifejezett meghatározása, a lefedettségi követelményrendszer.

Az egyes nem koncesszióköteles távközlési szolgáltatások engedélyezéséről a 48/1997. (III. 14.) Korm. rendelet rendelkezett. Az ilyen szolgáltatások nyújtásához azonban a koncessziós társaságoknak, és így a mobil szolgáltatóknak, nem volt szükségük külön engedélyre, rájuk csak bejelentési kötelezettség vonatkozott. A szolgáltatást ezek a társaságok a hatósági nyilatkozat kézhezvételétől nyújthatták.

A mobil rádiótelefon hálózatoknak a fentiekén kívül a technológiai jellemzőik miatt a szolgáltatás nyújtásához szükségük van a rádiófrekvencia használatára is. E tekintetben figyelembe kell venni a 2001. december 23-án hatályát veszített frekvenciagazdálkodásról szóló törvényt, melynek 8. § (3) bekezdése szerint a frekvenciakijelölés hatósági eljárásban történt, illetőleg a 26. § szerint a koncessziós szerződésben az ágazati miniszter megjelölte az igénybe vehető frekvenciákat vagy frekvenciasávokat. A frekvenciakijelölési hatósági eljárásról a hatályos 2/2001. (I. 31.) MeHVM rendelet rendelkezik. A rendelet hatálya a polgári célú rádiófrekvencia-használatra terjed ki. A 3. § (1) bekezdése, a 4. § (1) bekezdése és a 9. § (1) bekezdése szerint a frekvenciakijelölési kérelem nyomán kiadható

²³ Az állami szervek döntése alapján végül a koncessziós társasági formában létrehozott társaságok jelenléte jellemzi a piacot.

frekvenciakijelölési határozat alapján lehet rádiótávközlő hálózatot telepíteni. Ehhez a kijelölő határozat alapján kiadható rádióengedély szükséges (11. § (5) bekezdés); az engedélyezés feltételeit a fent említett miniszteri rendelet tartalmazza.

A mobil rádiótelefon szolgáltatóknak a piacralépéskor előírt jogszabályi kötelezettségek teljesítésén túl komoly anyagi terhekkel is számolniuk kellett. A koncessziós szerződéseik alapján jelentős összegű egyszeri koncessziós díjat kellett fizetniük, és ezt követően a koncesszió fennállásának időtartama alatt éves koncessziós díjat is fizetniük kell. Mindezek mellett a szolgáltatás jellegéből adódóan frekvencialekövetési és –használati díj fizetésével is számolnia kellett az adott vállalkozásoknak, ezeknek az összege azonban jelentőségében nem közelíti meg a koncessziós díj terheit.

A fentiekből következően megállapítható, hogy a mobil rádiótelefon szolgáltatás esetében jelentős jogszabályi piacra lépési korlátot jelentenek a koncessziós tevékenység végzésének korlátozása, valamint a természeti erőforrás korlátokból származóan a frekvenciagazdálkodás jogszabályban meghatározott követelményei. A vállalkozások tehát piacralépésük időpontjában egyes díjak azonnali kifizetésével, illetve más díjak éves fizetésére vonatkozó kötelezettségvállalással, továbbá a hálózat kiépítésével járó terhekkel olyan befektetéseket eszközöltek, amelyek a későbbi piaci magatartásukra jelentős hatást gyakorolnak. A vállalkozások ezen befektetések megtérülését a szolgáltatásaikból eredő bevételekből csak fokozatosan tudták, illetve tudják biztosítani – erről tanúskodnak az egyes mobil rádiótelefon szolgáltatók jövedelmezőségére vonatkozó mutatók.

3.2.2. A tevékenység végzésének szabályozása

A Tt. szerint a távközlési piac szabályozása állami feladat, melynek keretében az állam biztosítja a koncessziós szerződések összehangolását, valamint a piacra lépők és az ott működők egyenlő esélyeit.

A távközlési szolgáltatási és ezen belül a mobil rádiótelefon szolgáltatási tevékenységek végzésének szabályai általános szinten jelentek meg a Tt-ben. A törvény rendelkezett a hálózatok együttműködési (összekapcsolási és átengedési) kötelezettségéről, az egyes távközlési szolgáltatások engedélyezésének feltételeiről, a szolgáltatók szerződéskötési kötelezettségének eseteiről, az előfizetői szerződésekről és ennek keretében a felek jogairól és kötelezettségeiről, illetve a szolgáltatók ellenőrzéséről.

A Tt. 7. §-a szólt a hálózati szerződés megkötésének kötelezettségéről, és a 16. § rendelkezett a távközlési hálózatok együttműködéséről, főként műszaki szempontból.

A szolgáltatókat az előfizetői szerződés megkötésének vonatkozásában is szerződéskötési kötelezettség terhelte. Az általános szerződési feltételeket tartalmazó üzletszabályzat hatósági jóváhagyás tárgya volt.

A Tt. általános szabályainak konkretizálására szolgáltak a törvény végrehajtási rendeletei. A távközlő hálózatok összekapcsolásáról és a hálózati szerződésekről szóló 158/1993. (IX. 11.) Korm. rendelet szabályozta a távközlő hálózatok kötelező és önkéntes együttműködését. A rendelet szerint a hálózatok összekapcsolására csak hálózati szerződés alapján kerülhet sor. A hálózati szerződést a hálózati szolgáltatónak meg kell kötnie az ajánlattevővel, ellenkező esetben a HIF határozatban dönthet a szolgáltatásra irányuló jogosultságról és kötelezettségről. A hálózati szerződésekben foglalt jogokat és kötelezettségeket azonban jelentős mértékben befolyásolták további – elsősorban műszaki előírásokat tartalmazó –

végrehajtási rendeletek.²⁴ Ezek olyan mélységű, kötelezően figyelembe veendő műszaki hálózati és működtetési specifikációkat tartalmaztak, amelyek a mobil rádiótelefon szolgáltatások határait és a távbeszélő szolgáltatásokkal való kapcsolatait – fizikai kiterjedésüket és a műszaki funkcionalitásukat tekintve – pontosan kijelölték. A hivatkozott jogszabályok behatárolták a mobil rádiótelefon szolgáltatók mozgásterét az egyes termékeik jellemzőinek kialakítására vonatkozó döntéseik tekintetében.

A távközlési előfizetői szerződésekről szóló 243/1997. (XII. 20.) Korm. rendelet az előfizetőket egyéni és üzleti/intézményi előfizetőként határozta meg. Az előfizetői szerződés a rendelet szerint a HIF által jóváhagyott általános szerződési feltételekből és az egyéni előfizetői szerződésből állt. Az előfizetési szerződés kötelező elemeit a rendelet pontosan meghatározta. A rendelet szabályait a mobil szolgáltatókra is értelemszerűen alkalmazni kellett (rendelet 28. §).

Fontos eleme a szabályozásnak a tevékenység végzésének ellenőrzése, amely a Hírközlési Főfelügyelet hatáskörébe tartozott. Ezen ellenőrzési tevékenység körében kiemelkedő a koncessziós tevékenység, a szerződésben vállalt kötelezettségek ellenőrzése, amelyet a hatóság évente elvégzett.

3.2.3. Árszabályozás

Az árak megállapításáról szóló 1990. évi LXXXVII. törvény (Ártv.) mellékletének B „Szolgáltatások” című részében foglalt rendelkezései értelmében 1998. január 11-ig minden koncesszióköteles távközlési szolgáltatás díja szabályozott volt, így a mobil rádiótelefon szolgáltatásé is. Az Ártv-ben foglalt felhatalmazás alapján született meg így a közcélú mobil rádiótelefon szolgáltatás igénybevételének díjáról szóló 13/1994. (III. 17.) sz. KHVM rendelet (mobil árrendelet), amely a hívásdíjak mellett szabályozta a végződtetési díjakat is²⁵. Ezen rendelet szabályozásának sajátossága az volt, hogy az egyes szolgáltatásoknak a maximált árat határozta meg, a szabályozott vállalkozások szabadon dönthettek úgy, hogy ennél alacsonyabb árat alkalmaznak, fölfelé viszont nem térhettek el. A jogszabály egységesen maximálta mind a mobil-mobil, a vezetékes-mobil és a mobil-vezetékes hívások árait. Ugyanígy egységesen kezelte a mobil hálózatban és a vezetékes hálózatban végződtetett hívások végződtetési díjait is. Ez a szabályozási szerkezet meghatározta a vezetékes-mobil hívásdíjat, egységesen kezelte a mobil és a vezetékes végződtetést, ám külön nem szólt a vezetékes-mobil végződtetésről, azt a vezetékes-mobil hívásdíj és a vezetékes hálózatból induló hívások indítási díjának különbözeteként lehetett meghatározni.

A mobil árrendelet hatályon kívül helyezését követően a mobil rádiótelefon szolgáltatások díjai a szabadon megállapítható kategóriába kerültek. A Tt. mellékletében a közcélú mobil rádiótelefon szolgáltatás és a közcélú távbeszélő szolgáltatás definíciójából következően a mobil rádiótelefon szolgáltatás körébe tartozott a vezetékes-mobil irányú hívások szolgáltatása is. A díjmegállapítás során azonban a mobil rádiótelefon szolgáltatóknak

²⁴ Ezek közül külön ki kell emelni a távközlő hálózatok alapvető műszaki terveiről szóló 23/1993. (IX. 9.) KHVM rendeletet, a közcélú távbeszélő-hálózat struktúratervéről szóló 26/1993. (IX.9.) KHVM rendeletet és a közcélú távbeszélő-hálózat forgalomirányítási tervéről szóló 9/1994. (III.4.) KHVM rendeletet.

²⁵ Hívásdíjnak az adott beszédátviteli szolgáltatásért a végső fogyasztó által fizetendő árat nevezzük, összekapcsolási – ezen belül indítási és végződtetési – díjnak pedig a hívás megvalósítása érdekében egymással együttműködő hálózatok szolgáltatóinak egymás felé felszámított díjakat.

tekintettel kellett lenniük arra a körülményre, hogy a közcélú távbeszélő hálózatból induló hívások indítási és tranzit²⁶ díja (a továbbiakban vezetékes díjrész) az Ártv. mellékletének felhatalmazása alapján kiadott, a koncesszióköteles távközlési szolgáltatásokkal kapcsolatos bevételek megosztásáról szóló 1/1998. (I.12.) KHVM rendeletben (díjrendelet) szabályozott ár. A mobil rádiótelefon szolgáltatóknak a vezetékes-mobil hívások díjára kiterjedő szabad ármegállapítási joga tehát valójában csak a vezetékes díjrészen felüli tételre valósult meg – azaz a vezetékes-mobil végződtetés díjára. A hírközlésről szóló 2001. évi XL. törvény (Hkt.) 108. § (1) bekezdése b) és c) pontjának 2001. július 1-jén történő hatálybalépésével a vezetékes-mobil hívásdíjak szabályozása megváltozott, a hivatkozott rendelkezések ugyanis módosították a Tt. mellékletének 7. és 9. pontját olyan módon, hogy a vezetékes-mobil hívás a közcélú távbeszélő szolgáltatás kategóriájába került át. Ez a módosítás tehát azt eredményezte, hogy a vezetékes-mobil hívás díját a vezetékes szolgáltatók határozzák meg – pontosabban az akkor hatályos Ártv. felhatalmazása alapján az illetékes miniszter, ársapka módszerrel, a többi közcélú távbeszélő szolgáltatással együtt –, ám a mobil szolgáltatóknak továbbra is szabad ármegállapítási joguk volt a vezetékes-mobil végződtetés díjának meghatározására vonatkozóan.

3.2.4. Együttműködés más távközlő hálózatokkal

A koncessziós társaság köteles és bizonyos mértékben jogosult együttműködni a többi távközlő hálózattal.

A Tt. 16, 17. és 18. §§, valamint a távközlő hálózatok összekapcsolásáról szóló 158/1993. (IX. 11) Korm. rendelet alapján kötelező megkötni a hálózati szerződéseket. Ugyanakkor, az ágazati miniszter előzetes írásbeli jóváhagyása szükséges ahhoz, hogy a MATÁV Rt. kizárólagos jogainak fennállása alatt más szolgáltatók a helyi távbeszélő hálózattal és a külföldi közcélú távbeszélő hálózattal összekapcsolási megállapodást köthessenek. Ezen túlmenően a koncessziós társaság jogosult összeköttetéseket létrehozni mind saját hálózatán belül, mind más vezetékes és mobil hálózatokkal, illetve jogosult ilyen összeköttetéseket bérelt vonalon igénybe venni. Más mobil szolgáltatókkal a koncessziós társaság a GSM Association²⁷ ajánlásai alapján kapcsolhatja össze a hálózatát, akár közvetlenül, akár a Közélcélú Kapcsolt Távbeszélő Hálózaton²⁸ keresztül. Külföldi hálózatokhoz a koncessziós társaság közvetlenül is csatlakozhat a nemzetközi roaming biztosítása érdekében.

Meghatározott időtartamig kötelező a mobil szolgáltatók közötti belföldi roaming megállapodás megkötése is (ez a rendelkezés a Vodafone piaci térnyerését kívánta elősegíteni). A belföldi roaming kötelező időtartamának lejártát követően, vagy ha a kötelező belföldi roaming igénybe vételéről a koncessziós társaság nyilatkozattal lemondott, a másik két szolgáltatóval szabadon állapodhat meg a roaming feltételeiről (jelenleg Magyarországon ilyen megállapodások vannak érvényben).

²⁶ Azért kell megkülönböztetni az indítási és tranzitdíjat, mert a közcélú távbeszélő szolgáltatás koncessziós rendszerében elkülönülnek egymástól a helyi koncessziós társaságok és az országos koncessziós társaság. A MATÁV ugyan országos koncesszióként helyi szolgáltatást is végez, ám az ország 54 primer körzetéből 15-ben olyan helyi koncessziós társaságok szolgálnak, amelyek nem jogosultak országos – azaz belföldi, távolsági – szolgáltatást nyújtani. A helyi szolgáltató díjrésze tehát az indítás, az országos koncessziósé pedig a tranzit díja.

²⁷ A mobiltelefon szolgáltatók nemzetközi szövetsége.

²⁸ Public Switched Telephone Network (PSTN)

A hálózathoz történő kapcsolódásra jogosult közcélú távbeszélő vagy közcélú rádiótelefon szolgáltató kérésére a hálózat tulajdonosa köteles megadni a saját hálózatára vonatkozó lényeges információt, a jogszabályokban meghatározottaknak megfelelően, oly módon, hogy az információ az azt igénylő szolgáltató számára elegendő legyen saját hálózatának a másik hálózattal történő hatékony összekapcsolásához. Az ilyen információt bármely jogosultnak – beleértve a hálózat tulajdonosának esetleges saját gazdasági érdekeltségeit is – az előírt időben és megkülönböztetés nélkül kell megadni.

A társaságok minden velük összekapcsolt közcélú távközlési szolgáltatót – így saját gazdasági érdekeltségeiket is – kötelesek az egyenlő elbánás elve alapján kezelni.

A hálózatok egyéb módon is együttműködhetnek. Ennek keretében a társaság más távközlési szolgáltatótól hozzáférési pontot bérelhet, valamint jogosult saját infrastruktúrát beszerezni és működtetni az összekapcsolási pontok felé irányuló jelátvitelre. A távközlő hálózatoknak továbbá együtt kell működniük annak érdekében, hogy biztosítsák a számhordozhatóságot.

3.3. A hírközlési törvény által meghatározott, jelenleg hatályos szabályozási környezet

A Hkt. hatálybalépésével alapvető változások különösen a vezetékes szolgáltatásokra vonatkozó szabályok területén léptek életbe, de jelentős változásokat hozott a jogszabály a mobil rádiótelefon ágazatban is. Különösen fontos változások álltak be a piacralépés és az árszabályozás területén, de az együttműködési szabályok kidolgozottabb rendszere is mindenképpen hatással van az ágazatra.

3.3.1. Piacra lépési szabályok

A Tt. szerkezetéhez képest az egész hírközlési szektorban jelentős átalakulást okoz a piacralépési szabályok tekintetében, hogy az országos műsorszórtás és -szórás kivételével megszűnt a koncessziós rendszer. A Hkt. alapján a szolgáltatások nyújtásához elegendő a hírközlési hatósághoz tett bejelentés, ám a törvény 5. § (2) bekezdésében foglalt minimális tartalmi követelmények előírják, hogy a bejelentésben meg kell határozni – többek között – azt, hogy a szolgáltatást milyen tárgyi feltételekkel kívánják nyújtani. A (3) bekezdés b) pontja előírja továbbá, hogy a szolgáltatónak nyilatkoznia kell arról, hogy a szolgáltatása nyújtásához milyen – a Hkt-ben szabályozott – hírközlési engedélyek szükségesek.

A Hkt. 10. és 11. §§-i szólnak ezen további engedélyekről. A 10. §-ban az építési engedélyeket jelöli meg a törvény, amely szerint a távközlési építmények – ide tartozik többek között minden vezeték nélküli összeköttetéssel összefüggő műtárgy (pl. antenna és az oszlopok stb.) – létesítéséhez, használatbavételéhez, fennmaradásához, átalakításához, megszüntetéséhez hatósági engedély szükséges. A 11. § a frekvenciakijelölési, a rádió- és az azonosítók lekötésére és kijelölésére vonatkozó engedélyekről szól. E szerint rádióberendezést, rádióállomást és rádióhálózatot telepíteni frekvenciakijelölési engedély alapján,

üzemben tartani pedig rádióengedély alapján lehet. Azonosítót²⁹ használni csak kijelölési engedély alapján lehet.

A bemutatott rendszer szerint tehát a mobil rádiótelefon szolgáltatás végzéséhez minimálisan rendelkezni kell a saját felhasználók számára biztosított azonosítókhoz kapcsolódó engedélyekkel, és attól függően, hogy saját hálózat kiépítésével vagy valamely szolgáltatói együttműködéssel nyújt-e szolgáltatást a vállalkozás, építési, frekvenciakijelölési és rádióengedéllyel. Ezen engedélyek un. egyedi engedélyek, amelyek nem közvetlenül a mobil rádiótelefon szolgáltatás nyújtásának engedélyezéséhez kapcsolódnak, míg a szolgáltatás nyújtására vonatkozó jogosultságot közvetlen formában a bejelentés hatósági nyilvántartása keletkezteti. A Hkt. tehát a mobil rádiótelefon szolgáltatás területén is érvényesíti az egyedi és általános engedélyezés rendszerét, koncessziós – vagy más típusú – szerződés már nem játszik szerepet az újonnan piacralépők szempontjából. Érdemes kiemelni azonban egy olyan elemet, amely rávilágít arra, hogy a később tárgyalandó koncessziós rendszer és a szerződések még jelenleg is hatnak a piacralépési szabályozási környezetre. A koncessziós szerződésekben foglalt moratórium – lásd a fejezet következő pontját – alapján 2002. december 31-ig kizárt, hogy olyan újabb frekvenciakijelölési, azonosítóhasználati vagy rádióengedély birtokába juthatna valamely vállalkozás, amely GSM technológiájú mobil rádiótelefon szolgáltatást kívánna nyújtani, hiszen az állam a szerződésben biztosította a digitális mobil rádiótelefon szolgáltatókat, hogy ezen időpontig szolgáltatás nyújtására irányuló – a koncessziós szerződéssel azonos jogkövetkezésménnyel járó – engedélyt nem ad ki.

Fontos felhívni a figyelmet arra a körülményre, hogy a mobil rádiótelefon szolgáltatás nyújtásához különösen szükséges frekvencia használatának megszerzéséhez szükséges engedélyezés részletes szabályait a Hkt. előírásai alapján meghatározni hivatott végrehajtási rendeletek nem születtek még meg, ami a piacralépési lehetőségek versenypolitikai elemzésekor igen nagy súllyal esik a latba – tekintettel arra, hogy ez komoly piacralépési korlátot jelent. A hatósági eljárás rendjét, a frekvencialekötés és -használat díját és a Frekvenciakiosztás Nemzeti Felhasználási Táblázatát (FNFT) ugyan szabályozzák a Tt. alapján meghozott, hatályon kívül nem helyezett rendeletek, ám jelenleg még nincs elfogadott végrehajtási rendelet³⁰ a frekvencia megszerzésére vonatkozó két új típusú eljárás, az árverés és a pályázat elveiről.

3.3.2. A tevékenység végzésének szabályai

A szolgáltatás nyújtásával kapcsolatos előírások jelentős mértékben nem változtak a Hkt-ban a Tt-hez képest, az állam gyakorlatilag fenntartotta azt az álláspontját, hogy az előfizetőknek nyújtott szolgáltatások területén a mobil rádiótelefon ágazatban működnek a piaci körülmények, és csak viszonylag szűk körben van szükség a távközlési szolgáltatásokra vonatkozó általános szabályokhoz képest speciális előírásokra. A Hkt. 12. §-a szól az általános előírásokról, az előfizetői szolgáltatások részletes szabályait a 14-15. §§-ok határozzák meg, illetve további előírásokat tartalmaz a 249/2001. (XII. 18.) Korm. rendelet is.

²⁹ A Hkt. 110. § 3. pontja szerint azonosító a hírközlő hálózat működéséhez, a hírközlési szolgáltatás nyújtásához, illetőleg a hírközlő hálózatok és szolgáltatások együttműködéséhez szükséges, az információ, illetőleg a jelzés célba juttatására szolgáló, annak címzettjét egyértelműen meghatározó betűkből és/vagy számokból és/vagy jelekből álló karaktersorozat (ilyen, pl., a telefonszám).

³⁰ A jogszabály tervezete jelenleg közigazgatási egyeztetés alatt áll.

Ezen rendelkezési kör gyakorlatilag megegyezik a Tt-ben és végrehajtási rendeletében foglalt korábbi előírásokkal.

3.3.3. Árszabályozás

Az ágazatot érintő árszabályozási szerkezetben a kiskereskedelmi (retail) tevékenység tekintetében nem alakult ki jelentős változás a Tt. utolsó Hkt-beli módosításához képest. E szerint tehát továbbra sincs semmilyen hatósági árszabályozási előírás a mobil rádiótelefon szolgáltatás végfelhasználói szolgáltatásai tekintetében, és továbbra is a vezetékes szolgáltatók jogosultsága megállapítani a vezetékes-mobil hívások díját. Fontos változás következett be azonban a nagykereskedelmi – un. wholesale – típusú szolgáltatások esetében. A Hkt. rendszerében a törvényalkotó ezen szolgáltatásokat a hálózati szolgáltatás kategóriájába helyezi, és a törvény V. fejezetében tárgyalja. Ebbe a körbe tartozik a törvény terminológiája szerint – a mobil rádiótelefon szolgáltatókat érintően – a hálózati hozzáférés és az összekapcsolás³¹. A törvény 42. § (1) bekezdése tartalmaz ezen szolgáltatások árai tekintetében általános előírásokat: „a fizetendő ellenértéket objektív kritériumok szerint, az áttekinthetőség és az egyenlő elbánás elvét követve, ellenőrizhetően kötelesek a szolgáltatók kialakítani.” Ez a rendelkezés tehát előír egyfajta speciális áralkalítási metódust a szolgáltatóknak, de távolról sem tekinthető természetesen hatósági árelőírásnak. A gyakorlat tükrében lehet majd eldönteni, hogy vajon mennyi többletet jelent ez az előírás az ártörvény 2. §-ban az árak kialakítására vonatkozó általános előíráshoz és a tisztességtelen piaci magatartás és versenykorlátozás tilalmáról szóló, többször módosított 1996. évi LVII. törvény (Tpv.) rendelkezéseire képest. Az eddigiek során a Hírközlési Döntőbizottság (HDB) éppen a mobil rádiótelefon szolgáltatókkal kapcsolatban hozott már meg két eljárásban is több határozatot³², ám ezen ügyek még nem tekinthetőek lezártaknak.

A fenténél szigorúbb előírást tartalmaz a 42. § (2) bekezdése, amely szerint az összekapcsolási piacon jelentős piaci erővel bíró szolgáltató a távbeszélő szolgáltatótól a távközlő hálózatok összekapcsolására vonatkozó szerződések alapján kért ellenértéket a hosszú távú, előreutató különbözeti költségek³³ módszerét alkalmazva, a szolgáltatások költségeinek elkülönített kimutatásával és ellenőrizhetően köteles kialakítani. A Hírközlési Döntőbizottság ugyan még nem azonosította az összekapcsolási piacon jelentős piaci hatalommal bíró szolgáltatókat, ám az azonosításra vonatkozó, 2002. május 8-án elfogadott alapelvei alapján az azonosítási körben felméri a mobil rádiótelefon szolgáltatókat is. Amennyiben tehát a HDB döntése alapján valamely mobil szolgáltató az összekapcsolási piacon jelentős piaci hatalommal rendelkező szolgáltatónak minősül, akkor rá is vonatkozik a hivatkozott előírás.³⁴ Fontos kiemelni, hogy ez az előírás csak meghatározott irányból érkező hívásokra vonatkozik, amely a végződtetési szolgáltatásokra vonatkozó részletes elemzésünk tükrében nem mindenképpen logikus.³⁵ Ez a törvényi előírás sem tekinthető kifejezetten hatósági árszabályozásnak, hiszen

³¹ A GVH elemzésében használt terminológia szerint mindkettő a wholesale kategóriába tartozik

³² DB-2702-16 és 21/2002., illetve DB-2875-10/2002. sz. határozatok

³³ Long Run Incremental Cost (LRIC)

³⁴ Időközben a HDB meghozta az összekapcsolási piacon jelentős piaci erővel bíró szolgáltatók azonosításáról szóló határozatát, mely szerint ilyen szolgáltató a Westel Mobil Rt, és a Pannon GSM Rt. (DB-3605-1116/2002 sz. határozat).

³⁵ Tekintettel arra, hogy az elemzés során a GVH arra a következtetésre jutott, hogy irányok szerint nem lehet megkülönböztetni a piacokat.

a szolgáltatónak előzetesen van lehetősége igazolni az általa alkalmazni kívánt ár jogosságát, és erről dönt a hatóság. A hatóság döntése ráadásul megtámadható a bíróság előtt, ezért mindenképpen nagyobb döntési szabadsága és befolyásolási lehetősége van az árra az adott szolgáltatónak, mint abban az esetben, ha a miniszter jogszabályban hirdeti ki az ártörvény rendelkezései értelmében az árat.

3.3.4. Együtműködés más távközlő hálózatokkal

A szolgáltatók közötti együtműködésre vonatkozóan számos új elemet tartalmaz a Hkt. szabályozási szerkezete, és ezeknek egy része igen jelentős mértékben hat a mobil rádiótelefon szolgáltatási ágazatra. A legrészletesebbek a hálózati szerződések keretében történő együtműködésekre vonatkozó szabályok, ám a Hkt. rendelkezik a tudakozó-szolgáltatás működtetése és a közös létesítményhasználat tekintetében is olyan elemekről, amelyek közvetlenül érvényesülnek a mobil rádiótelefon szolgáltatók működése során.

A Hkt. általánosságban kimondja, hogy a távközlő hálózatokat egymás között olyan műszaki feltételrendszerben kell működtetni, amely biztosítja, hogy egységesen működő rendszert alkothassanak. Ez az általános kötelezettség abból az igényből fakad, hogy a távközlésben bármely felhasználó kommunikálhasson bármely másik felhasználóval. Kimondja a törvény, hogy ennek során jóhiszeműen, esélyegyenlőséget biztosítva kell együtműködni, és az együtműködéshez szükséges műszaki információkhoz való hozzáférést lehetővé kell tenni. Az ilyen típusú együtműködések tekintetében tárgyalási kötelezettsége van minden távközlési szolgáltatónak, beleértve a mobilszolgáltatókat is. Az egyes hálózati szerződéseken alapuló szolgáltatások közül a hálózati hozzáférés³⁶ tekintetében a Hkt. nem alapít a mobil rádiótelefon szolgáltatókra nézve általános szerződéskötési kötelezettséget, ám a jelentős piaci hatalommal rendelkező szolgáltatóknak szerződési ajánlat esetén szerződéskötési kötelezettsége áll fenn. Az összekapcsolási szerződések³⁷ esetében nem ez a helyzet: mindazon szolgáltatást nyújtó vállalkozást szerződéskötési kötelezettség terheli, amely távközlő hálózat tulajdon- vagy használati jogával rendelkezik. A Hkt. 18. §-a értelmében a mobil szolgáltatóknak biztosítaniuk kell, hogy a nemzetközi hívások tekintetében az előfizetők előválasztással vagy előtétválasztással kiválaszthassák a szolgáltatójukat. Ez a rendelkezés arra is kötelezi a mobil rádiótelefon szolgáltatókat, hogy a hálózati szerződéseikben biztosítsák a szolgáltatóválasztás működését.

A jogszabályok keretei között a mobil rádiótelefon szolgáltatók egyebekben szabadon alakítják ki a hálózati szerződéseik feltételeit, egyetlen – fentebb részletezett – korlátozó elem van a jelentős piaci hatalommal rendelkező szolgáltató vezetékes-mobil összekapcsolási ára tekintetében. A Hkt. felhatalmazása alapján az egyes távközlő hálózati szerződésekről és azok megkötéséről szóló 251/2001. (XII. 18.) sz. Korm. rendelet, illetve a szolgáltatóválasztás bevezetésének és alkalmazásának feltételeiről szóló 250/2001. (XII. 18.) sz. Korm. rendelet

³⁶ A Hkt. 110. § 24. pontja szerint a hálózati hozzáférés egy távközlő hálózat fizikai és logikai csatlakoztatása egy másik távközlő hálózathoz vagy annak részeihez azért, hogy a hálózati funkciók és a hálózaton nyújtott szolgáltatások igénybe vehetővé váljanak a felhasználók kiszolgálása érdekében.

³⁷ A Hkt. 110. § 54. pontja szerint az összekapcsolás egyazon vagy különböző távközlési szolgáltatók által használt távközlő hálózatok fizikai és logikai csatlakoztatása, annak érdekében, hogy az egyik szolgáltató felhasználói információt cserélhessenek ugyanezen vagy másik szolgáltató felhasználóival, illetve hozzáférhessenek más szolgáltató által nyújtott szolgáltatásokhoz.

tartalmaz további részletes rendelkezéseket a hálózati szerződések keretében történő együttműködési szabályokra vonatkozóan.

3.4. A koncessziós szerződések rendelkezései

A fent leírt jogszabályi előírások a mobil szolgáltatókkal a koncesszióról szóló 1991. évi XVI. törvény, valamint a távközlésről szóló és a frekvenciagazdálkodásról szóló törvények alapján megkötött koncessziós szerződésekben kerültek kibontásra. A koncessziós szerződések meghatározzák a koncessziós társaságoknak, illetőleg az államnak a közcélú mobil rádiótelefon szolgáltatással mint koncessziós tevékenységgel összefüggő jogait és kötelezettségeit.

Az állam képviselőjében eljárva a Közlekedési és Hírközlési Miniszter (ágazati miniszter) 1990-ben adta ki az első koncessziós engedélyt a W450-nek³⁸, majd 1993-ban koncessziós szerződést kötött a W900-zal és a PGSM-mel, végül pedig 1999-ben az integrált GSM900/DCS1800 szolgáltatásra megkötötte a negyedik koncessziós szerződést a Vodafone-nal. A W450-nel 1994-ben jött létre a koncessziós szerződés (elismerve a korábbi koncessziós engedélyt mint jóhiszeműen szerzett jogot), a Vodafone-nal való szerződéskötéssel egyidőben pedig a korábbi koncessziós szerződések is módosításra kerültek, és ezáltal a PGSM és a W900 is jogosulttá vált az 1800 Mhz-es frekvencia használatára.

3.4.1. A piacra lépés és a tevékenység megkezdése

A Tt. 3. § (1) bekezdésének megfelelően közcélú mobil rádiótelefon szolgáltatást csak e célra alapított koncessziós társaság nyújthat. A koncessziós társaság törvényesen alapított és működő, a cégbíróságon bejegyzett belföldi székhelyű (magyar) részvénytársaság, amelyben a koncesszió teljes időtartamára minimálisan 25% plusz egy szavazatra jogosító, névre szóló részvénytulajdon hányad magyar természetes vagy jogi személy(ek) tulajdonában van. A koncessziós társaság tehát a koncessziós törvény 3. § (1) bekezdésében meghatározott alanyi körbe tartozik.

A koncesszió átruházásának és a társasági tulajdonosi szerkezet megváltoztatásának tilalmára vonatkozó rendelkezéseket a szerződések a koncessziós törvény 25 §-ában foglaltaknak megfelelően tartalmazzák. Eszerint a tevékenység gyakorlásának joga nem ruházható át az állam hozzájárulása nélkül.

A koncessziós törvény 22. §-a alapján a koncessziós társaság a koncesszió-köteles tevékenységen kívül kizárólag azzal szervesen összefüggő tevékenységek gyakorlására jogosult. A koncessziós szerződésben felsorolt szolgáltatások ennek megfelelően megegyeznek a Tt. 5. § (4) bekezdésében felsoroltakkal, azokat a társaságok a szerződésekben rögzített rendelkezésekkel összhangban nyújtják. E további szolgáltatások köre csak a felek kölcsönös megállapodása alapján egészíthető ki.

A koncessziós törvény 12. § (1) bekezdése rendelkezik arról, hogy a koncessziós szerződés határozott időtartamra köthető, melynek leghosszabb ideje 35 év. A szerződések szerint a koncesszió időtartama 15 év: a GSM 900 rendszerű közcélú mobil rádiótelefon szolgáltatás

³⁸ Ekkor még nem lépett hatályba a koncesszióról szóló törvény.

vonatkozásában 1993. november 4-től 2008. november 4-ig, míg a DCS 1800 rendszerű szolgáltatás vonatkozásában 1999. október 7-től 2014. október 7-ig terjed. A koncessziós törvény 12. § (2) bekezdésében foglalt felhatalmazás alapján a Tt. 5. § (3) bekezdése lehetővé teszi a koncessziós szerződés egy alkalommal, az eredeti időtartam felével, pályázati kiírás nélkül történő meghosszabbítását. A koncessziós szerződések fel is jogosítják az ágazati minisztert, hogy ezt megtegye a koncessziók lejártát követően számított további hét év hat hónappal újabb pályázat kiírása nélkül.

1999. október 29-ét követő 5 év elteltével a jogszabályi keretek között a miniszter jogosult megvizsgálni annak lehetőségét és indokoltságát, és a jogszabályi rendelkezések keretei között intézkedni arról, hogy a mobil rádiótelefon szolgáltatás integráltságának fenntartása érdekében a GSM 900 és a DCS 1800 rendszerű szolgáltatás nyújtására vonatkozó jogosultságok időtartamát összhangba hozza, elsősorban oly módon, hogy a GSM 900 szolgáltatás nyújtására szóló jogosultság időtartamát megfelelő díjfizetés ellenében meghosszabbítja.

A koncessziós tevékenység gyakorlására meghatározott földrajzi-közigazgatási egység a Magyar Köztársaság teljes területe, ideértve a külföldi pontok felé, illetve az onnan végzett szolgáltatást is.

A koncessziós szerződések rendelkezéseinek értelmében a szolgáltatóknak el kellett ismerniük a MATÁV 2001. december 22-ig fennálló kizárólagos jogát a távolsági és nemzetközi távbeszélő szolgáltatások nyújtása területén, valamint a különböző helyi koncessziós telefon társaságok kizárólagos jogát a primer körzetükben helyi közcélú távbeszélő szolgáltatás nyújtására az irányadó koncessziós szerződésekben foglaltak szerint és meghatározott időpontokig. Továbbá, a koncessziós társaságok vállalták, hogy alkalmazni fogják az EU jogalkotásával összefüggésben történő jogharmonizáció eredményeként módosuló jogszabályok kötelező rendelkezéseit. A koncessziós kizárólagos jog megszerzéséért a társaságoknak egyszeri koncessziós díjat kellett, és a nettó árbevétel százalékában megállapított éves koncessziós díjat kell fizetniük. Végül, a jogszabály alapján fizetendő kötelező hatósági eljárási díjakat a koncessziós társaságoknak is meg kell fizetniük.

3.4.2. Az előfizetőket érintő rendelkezések

A koncessziós szerződések meghatározzák, hogy milyen lefedettségi követelményeknek kell fokozatosan megfelelnie a koncessziós társaságoknak, rendelkeznek a szolgáltatás folyamatosságáról, valamint az egyéb minőségi, műszaki követelményekről.

A koncessziós társaságokat a Tt. alapján előfizetői szerződéskötési kötelezettség terheli, és az azonos helyzetben lévő előfizetőket nem különböztethetik meg sem hátrányosan, sem előnyösen. A szerződéskötési feltételeknek meg kell felelniük a távközlési előfizetői szerződésekről szóló 243/1997. (XII. 20.) Korm. rendelet – illetve az előfizetői szerződésekről jelenleg hatályban levő 249/2001. (XII. 18.) Korm. rendelet –, egyéb jogszabályok és az üzletszabályzat rendelkezéseinek. A szolgáltató köteles ügyfélszolgálatot és ingyenes tudakozó szolgálatot működtetni.

A koncessziós társaságok a tevékenységüket üzletszabályzat alapján nyújtják, amelyet a HIF-nek előzetesen jóvá kell hagynia. A módosításhoz ugyancsak szükséges az előzetes hatósági jóváhagyás. Az üzletszabályzat tartalmazza a nyújtott szolgáltatások felsorolását, az

előfizetési díjak megállapításának módját, és meg kell felelnie a hatályos jogszabályoknak. Az üzletszabályzatot az előfizetők számára hozzáférhetővé kell tenni.

A koncessziós társaságok az előfizetőket terhelő, a szolgáltatás igénybevételével kapcsolatos díjakat saját hatáskörében jogosultak meghatározni, illetve módosítani, azok nem tartoznak árszabályozás hatálya alá. A szolgáltatás díjáról a koncessziós szerződés csupán annyiban rendelkezik, hogy kimondja, a szolgáltatónak a díjmeghatározás során figyelembe kell vennie az európai uniós ONP-ből³⁹ származó követelményeket, de az ágazati miniszter 2003. december 31-ig a szolgáltató ezen kötelezettségét is felfüggesztheti. Amennyiben jogszabály a díjakat (beleértve a kimenő és bejövő hívások percdíját is) a koncesszió tartama alatt kötelező szabályozás alá vonja, a társaságok jogosultak az általuk alkalmazandó, az előfizetőket terhelő, a szolgáltatás igénybevételével kapcsolatos díjak tekintetében az 1993-ban kötött koncessziós szerződésekben lefektetett elvek (infláció követése, nemzeti valuta devalválódása, hatósági díjak változása) alapján meghatározott vagy annál az előfizetők számára kedvezőbb díjak alkalmazására.

3.4.3. A koncessziós szerződések versenyszabályai

A verseny tisztaságának megőrzése és a távközlési piac működésének zavartalansága érdekében a koncessziós szerződés tulajdonjogi és egyéb korlátozásokat is tartalmaz. Általánosságban kimondják a szerződések, hogy a koncessziós társaságok üzleti és szolgáltatási tevékenysége a versenytörvény és az ártörvény hatálya alá tartozik. Ezen túl a koncessziós társaságoknak nem lehet közvetett vagy 10%-ot meghaladó közvetlen tulajdonosi részesedésük más közcélú mobil rádiótelefon szolgáltatást nyújtó társaságban, illetőleg az ilyen társaságoknak sem lehet fenti mértékű részesedése a koncessziós társaságokban.

A koncessziós társaságok nem vásárolhatnak, illetve vehetnek bérbe, továbbá nem adhatnak el és nem adhatnak bérbe olyan végberendezést, amelyet a velük irányítási viszonyban lévő vagy bennük tulajdonosi részesedéssel rendelkező vállalkozás gyárt. A koncessziós társaságok biztosíthatnak mobil készüléket előfizetőiknek, de a készülék megvásárlása vagy bérbevétele nem képezheti feltételét a szolgáltatás nyújtásának.⁴⁰ A társaságok jogosultak a többi működő mobilszolgáltatóval vagy más távközlő hálózattal a hálózati elemek és távközlő berendezések megosztására irányuló megállapodást kötni, ha a megállapodást kötők elkülönített könyvviteli rendszert alkalmaznak, és ha az ágazati miniszter szerint az nem vezet a verseny korlátozására. Más hálózatüzemeltetőkkel, valamint azok távközlési szolgáltatóival és előfizetőivel szemben a társaságok nem alkalmazhatnak indokolatlan megkülönböztetést.

A koncessziós tevékenység biztosításának érdekében a szerződések előírásokat tartalmaznak a koncessziós társaságok vagyonának védelméről (átruházási korlátozások), tőkeszerkezetéről és tulajdonosi szerkezetéről (magyar tulajdoni hányad), valamint a részvények átruházásának feltételeiről.

³⁹ Open Network Provision (Council Directive of 28 June 1990 on the establishment of the internal market for telecommunications services through the implementation of open network provision (90/387/EEC; OJ L 192/1, 24.7.1990)).

⁴⁰ A kedvezményes árú készülékkel értékesített szolgáltatás-csomagok nem ellentétesek e kötelezettséggel, hiszen ezek esetében nem a szolgáltatás igénybe vételének feltétele a készülék megvásárlása, hanem a készülék kedvezményes árának feltétele az adott szolgáltatás-csomagra való előfizetés.

3.4.4. Az 1999-ben kialakult új helyzet

Tekintettel arra, hogy a W900 és a PGSM a GSM 900 rendszerű közcélú mobil rádiótelefon szolgáltatás nyújtása tárgyában létrejött koncessziós szerződésben megállapított, a fogyasztók megfelelő minőségű szolgáltatással való ellátására vonatkozó kötelezettségét a koncessziós szerződés által biztosított műszaki keretek között – a frekvenciasáv kiterjesztése nélkül, az előfizetők számának további növekedése mellett – teljesíteni nem vagy csak aránytalan nehézségek árán lett volna képes, az ágazati miniszter és a koncessziós társaságok 1999. március 11-én módosították a szerződést. Ebben a felek rögzítették a koncessziós szerződésnek a DCS 1800 rendszerű közcélú mobil rádiótelefon szolgáltatás nyújtása tárgyában kiírni szándékozott koncessziós pályázat ágazati miniszter általi kiírását lehetővé tevő módosításait, a társaságokat a pályázat nyertessége esetén terhelő koncessziós díjfizetési kötelezettség kereteit és a pályázat nyertessége esetén alkalmazandó egyéb feltételeket.

A fentieknek megfelelően az ágazati miniszter a DCS 1800 közcélú mobil rádiótelefon szolgáltatás nyújtására 1999. február 25-én három koncessziós pályázatot írt ki oly módon, hogy egy új – a már működő közcélú mobil rádiótelefon szolgáltatóktól független – integrált GSM 900/DCS1800 rendszerű mobil szolgáltató léphessen piacra, valamint – tekintettel a szolgáltatással szembeni minőségi elvárásokra – a már működő két GSM 900 rendszerű közcélú mobil rádiótelefon szolgáltató jogosultságot nyerhessen a DCS1800/GSM 900 rendszerű integrált szolgáltatás nyújtására.

Az új szolgáltató piacra lépésének megkönnyítése érdekében az új belépővel, a Vodafone-nal kötött és a módosított koncessziós szerződések speciális rendelkezéseket tartalmaztak. A két már piacon lévő mobil szolgáltató a koncessziós szerződés szerint 2001. március 1-ig nem volt jogosult a DCS 1800 rendszerű közcélú mobil rádiótelefon szolgáltatást nyújtani. Az új belépővel kötött szerződés továbbá azt a kikötést is tartalmazza, hogy 2003. december 31-re a három szolgáltató azonos frekvencia-sávszélességgel rendelkezik. Az állam kötelezettséget vállalt arra, hogy „a Koncessziós Szerződés hatályba lépése napjától számított három (3) évig, de legkésőbb 2002. december 31-ig (a továbbiakban: „általános kizárólagossági időszak”) nem kerül sor közcélú mobil rádiótelefon szolgáltatás nyújtására irányuló új koncesszió kiadására – vagy más, azonos jogkövetkezményeket eredményező, azonos jogot engedő megállapodás megkötésére vagy engedélyezésére – a DCS 1800 és a GSM 900 rendszerű közcélú mobil rádiótelefon szolgáltatás számára fenntartott frekvenciasávban”. Amennyiben az ágazati miniszter valamely szolgáltatónak sávszélesség bővítést engedélyezne, azt a másik két szolgáltatónak is fel kell ajánlania. Az általános kizárólagossági időszak lejártát követően az ágazati miniszter kiírhatja a koncessziós pályázatot, és frekvenciahasználati engedélyt is kiadhat. A koncessziós időszak lejártát követően kiírt pályázat elbírálása során a koncessziós társaságok előnyt élveznek a pénzügyi, jogi, műszaki és fogyasztóvédelmi szempontból azonos tartalmú pályázatot benyújtókkal szemben.

A frekvencia lekötéséért a Vodafone-nak nem kellett díjat fizetnie, azonban a frekvenciahasználatért éves díj megfizetésével tartozik.

A módosított koncessziós szerződések emellett tartalmazták a belföldi roaming nyújtásának kötelezettségét. A kötelezettség megfogalmazása szerint, a már működő szolgáltatóknak roaming megállapodást kell kötniük az új belépővel, ha az ilyen igényét jelzi. A piacon lévő szolgáltatók az új belépő által kötött koncessziós szerződés aláírását követő 60 napon belül voltak kötelesek a koncesszió jogosultjával belföldi roaming megállapodást kötni, mely az új belépő előfizetői számára biztosítja a másik két hálózatban a belföldi roaming lehetőségét. Az új belépővel kötött eltérő megállapodás hiányában a társaságokat a roaming szolgáltatási

GVH jelentése a mobil rádiótelefon szolgáltatás ágazatában indított vizsgálatról – Az ágazat versenyviszonyait meghatározó

külső körülmények

2002. november

kötelezettség 2004. június 30-ig terheli. Ezt követően a társaságok szabadon állapodhatnak meg a roaming feltételeiről.

A roaming díj átlagos mértéke nem haladhatta meg a tárgyévet megelőző évben számolt átlagos percdíj – a forgalmazott összes beszélgetés (a hálózaton belüli beszélgetések kivételével) ellenértéke összekapcsolási díjakkal csökkentett összegének és ezen forgalmazott beszélgetés percben számolt mennyiségének hányadosa – 80%-át. (A belföldi és nemzetközi összekapcsolási díj ezen felül fizetendő). Az új belépő számára felszámított díj nem haladhatja meg a mási két társaság által kötött roaming szerződésekben alkalmazott legkedvezőbb szerződéses díjat (legnagyobb kedvezmény elve).

4. Nemzetközi trendek a mobil távközlésben

A mobil távközlés rendkívül gyors fejlődést mutatott a kilencvenes évek második felében. A mobil távközlés nemzetközi elterjedésének felgyorsulásában fontos szerepet játszott a technológiák változása (analóg helyett digitális technika használata), a frekvencia-elosztás szabályozásának kialakítása, a közös szabványok elfogadása, valamint a verseny lehetővé tétele, alkalmanként ösztönzése.

4.1. A mobil szolgáltatások elterjedése, általános trendek

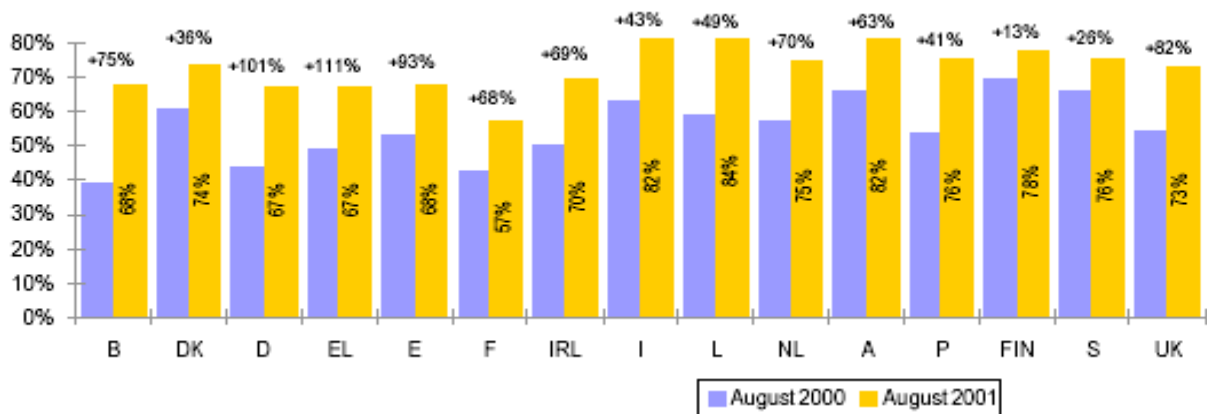
A legtöbb országban egyetlen szolgáltató kapott engedélyt az első generációs (450 Mhz-es) rendszer meghonosítására, amit általában a frekvencia szűkösségével indokoltak. Az új szolgáltatás üzleti vállalkozás jellegét befolyásolta, hogy kezdetben viszonylag kevés potenciális fogyasztóra számíthatott, így a nagy beruházási költségek miatt a méretgazdaságosság kevésbé érvényesült. A kereslet növekedésével a második generációs (900 MHz) analóg rendszerek is működésbe léphettek, de többnyire a 450 Mhz-es engedéllyel rendelkezők juthattak az új frekvenciához. A digitális technológia megjelenése idején az Európai Unió az 1994-ben kiadott Zöld Könyvben⁴¹ foglalt elvek szerint már aktívan befolyásolni igyekezett a mobil távközlés piacának alakulását. Az 1996-ban kiadott direktíva⁴² pedig arra kötelezte a tagországokat, hogy a GSM 900-as szolgáltatás beindításánál legalább két engedélyt adjanak ki, valamint az 1800 MHz engedélyezésénél még egy további engedélyes piacra lépését biztosítsák.

A digitális technológiát Európában mindenütt az analóg technikát bevezető társaságok alkalmazták először. A mobil távközlési szolgáltatások igénybevételének gyors elterjedésében a technológiaváltásnak fontos szerepe volt, hiszen a frekvenciatartomány kihasználható kapacitásának radikális megnövekedése mellett még a monopolhelyzetű szolgáltatóknak is érdeke volt az előfizetők számának árcsökkenéssel való emelése. További előnyt jelentett, hogy a közös európai GSM szabvány a használatot erősen ösztönző szolgáltatások körét bővítette (pl. lehetővé tette a barangolást), és csökkentette a készülékgyártók egységköltségeit, ugyanakkor a belső piacokon zajlónál szélesebb körű verseny lehetőségét teremtette meg számukra. A mobil távközlési szolgáltatások igénybevételének gyors terjedésében a technológiaváltás erős hatása mellett kisebb súllyal, de kimutatható volt a verseny megjelenésének ösztönző hatása is.

⁴¹ Green Paper on a common approach to mobile and personal communications in the European Union, COM(94) 145 final, 27.04.94.

⁴² Commission Directive 96/2/EC of 16 January 1996 amending Directive 90/388/EEC with regard to mobile and personal communications – OJ L 20/59.

1. ábra: Száz lakosra jutó mobil előfizetők aránya 2000 és 2001 augusztusában az EU tagországokban



Forrás: EU Seventh Report⁴³ [2001], Annex 1

A mobil előfizetők száma igen gyorsan nőtt a kilencvenes évek második felében, az előrejelzések sorra alulbecsülteknek bizonyultak. Az Európai Unión belül Olaszország kezdeti előnyét követően a skandináv országok jártak az élen, és 1998-ra Finnországban a mobil előfizetők száma meghaladta a vezetékes szolgáltatásra előfizetőkét. Ebben az évben az Európai Unión belüli mobil előfizetők lakossághoz viszonyított aránya nagyjából megegyezett a mobil távközlési szolgáltatást egyébként nagyon korán megkezdő Egyesült Államokéval. A 2001. év végi adatok alapján az Európai Unió átlaga 73%-ra változott (2000-ben 55% volt), az USA-é 2000 végére 40% lett (FCC éves jelentés⁴⁴ és EU Seventh Report). Az USA relatív helyzetének alakulását érdemes alaposabban is szemügyre venni, mert fontos intézményi, strukturális különbségekre lehet rámutatni.

Az Egyesült Államokban az európai gyakorlattal éppen ellentétes folyamatok zajlottak. Közös szabványt – szabályozói közreműködéssel - csak az analóg rendszereknél alakították ki, a digitális hálózatok szabványosítását már a piaci erőkre kívánták hagyni. Ennek eredményeként több, eltérő technológia alapján fejlesztették tovább a rendszereket, ami a roamingolást megnehezítette, és a használatot korlátozta. Az árazásban is végső soron a használatot csökkentő megoldás alakult ki. Amíg Európában a hívó fél fizet elve alapján számláznak (a külföldi roamingolás kivételével a fogadott hívásokért nem kell fizetni), addig az USA-ban a hívott fél is fizet. Ennek hatására a telefonokat sokkal többször és hosszabb ideig tartják kikapcsolva, mint azt a hívó fél fizet elvének alkalmazása esetén tennék.

A mobil távközlés tarifái az utóbbi években általában csökkenő tendenciát mutatnak. Az analóg rendszerek időszakában a szolgáltatást igen magas áron nyújtották, a főbb előfizetők az árakra kevésbé érzékeny üzleti előfizetők voltak. A szolgáltató a legtöbb országban monopolhelyzetben volt, és az árak nem csökkentek, még egyes duopol piacokon, mint például az Egyesült Királyságban sem. A digitális technológia mellett a frekvenciák szűkössége hirtelen lecsökkent, és a szolgáltatóknak az egyre inkább árérzékeny fogyasztói rétegek felé kellett nyitniuk. Ennek következtében a belépési költségek folyamatosan csökkentek, a készülék-támogatások pedig nőttek.

⁴³ 7th report on the Implementation of the Telecommunications Regulatory Package, {COM(2001)706}

⁴⁴ Annual Report and Analysis of Competitive Market Conditions with respect to Commercial Mobile Services, Sixth Report, FCC 01-192, 17 July, 2001.

A mobil szolgáltatások használatát két alapvető tényező befolyásolja. Egyrészt az előfizetők számának növekedésével egyre több kis forgalmat generáló fogyasztó lép be a rendszerbe, ezáltal az egy előfizetőre jutó forgalom csökken. Másrészt az előbbivel ellentétes hatás is kialakulhat akkor, ha a tarifák csökkennek, mert ez a már meglévő fogyasztóknál forgalomnövekedést válthat ki. A két hatás együtteseként kezdetben a forgalomcsökkenés a jellemző, a későbbiekben a viszonylag kevesebb új belépő miatt már a második hatás dominálhat. Mindamelllett a növekvő egy előfizetőre jutó forgalom sem jelenti feltétlenül a bevételek növekedését, ha a tarifák csökkenését a forgalomnövekedés nem tudja kiegyensúlyozni.

A mobil távközlés költségeinek alakulása természetesen befolyásolja a szolgáltatás elterjedésének sebességét. A különböző költségelemek eltérő módon viselkednek. Az újabb és újabb rendszerek meghonosítása ugyan nagy induló költséggel jár, de amint a különböző frekvenciákon egymást követő rendszerek példája mutatja, az induló beruházási költségek (többek között az elektronikai termékek árcsökkenése következtében) néhány év alatt az előző generáció árszintjét érik el. A licencdíjak – amelyek részben a frekvenciatartomány szabaddá tételének költségeit, részben a szűkös közjavakra kivetett adó jellemzőit mutatják – ellenkező mozgást mutatnak.

A hálózatok működtetése, elsősorban az automatizáltság magas foka, a modern berendezések miatt a vezetékes hálózatok működtetésével összehasonlítva nagyobb hatékonyságú lehet, és jelentősen kevesebb létszámot igényel. Az első analóg (és sokszor digitális) hálózatok általában az állami tulajdonban lévő vezetékes szolgáltatók leányvállalatai voltak, és segítségükkel alkalmanként a vezetékes szolgáltatás keresztámogatása valósult meg, sokszor éppen szabályozott árak alkalmazásával. Ez a helyzet csak az utóbbi években változott meg, miután az Európai Unióban a tevékenységek szétválasztása, a szabályozás függetlenedése és a piac liberalizálása fokozatosan megvalósul. Ebben a folyamatban – gyakran éppen szabályozói közreműködésre⁴⁵, a legjobb gyakorlat elvének érvényesítésével – egyes költségelemek (bérelt vonalak, összekapcsolási díjak) jelentős csökkenése is megfigyelhető volt.

A költségek egy további típusa az előfizetők megnyerésével, az előfizetővé válással függ össze. A reklám és marketing tevékenység, a kedvezmények nyújtása a fogyasztói bázis kiszélesedésével és az alacsonyabb forgalmat generáló fogyasztók előfizetővé válásával egyre fontosabb szerepet játszik. Ennek egyik módja a kedvezményes készülékárak alkalmazása, sok országban ezzel az eszközzel igyekeztek növelni a mobilszolgáltatást igénybevevők számát. A készülék-kedvezmények nem feltétlenül szükségesek a magas elterjedtségi szint eléréséhez, amint azt Finnország példája mutatja. Azok a szolgáltatók is gyakran felesleges költségeknek tekintik, amelyek alkalmazzák, és állításuk szerint csak a versenytárs viselkedése kényszeríti rájuk. A készülék-kedvezmények esetén az egy előfizető megszerzésére fordított költségek jelentős mértékben megnőnek, a készülékek kódolása⁴⁶ a szolgáltatók szerint ezért elengedhetetlennek tűnik. A brit piacon ugyanakkor 2001 nyarára olyan helyzet állt elő, hogy az előfizető szám növeléséért folytatott erőltetett hajszája már csak látszateredményeket hozott.

⁴⁵ Commission Recommendation on leased line interconnect pricing, DGXIII Working Document, Brussels, 31 August, 1999.

⁴⁶ Ez megvalósulhat SIM lock vagy Net (hálózati) lock módszerrel. Az előző esetben az adott készülékben csak meghatározott SIM kártya használható, míg az utóbbi esetben csak meghatározott hálózathoz tartozó SIM kártyával használható a készülék.

Az Európai Unió piacain 2000 végén 54 digitális hálózattal rendelkező szolgáltató működött, 37-nek volt GSM 900-as engedélye, 50-nek DCS 1800-as engedélye és 35 UMTS engedély volt ekkor kiadva. Egyetlen vállalat természetesen többféle szolgáltatást is nyújtott. Az analóg licencek közül 10 NMT 900-as volt érvényben és két NMT 450-es. Az utóbbiakból Svédország 2004-ig tervezte a szolgáltatás fenntartását, Finnországban a kifutás időpontja nem volt ismert. A tervek szerint 2004 után az NMT 900-as engedélyek csak Olaszországban (2005-ig) és Spanyolországban (2007-ig) maradnak érvényben (EU Sixth Report).

A mobil távközlési piacok vizsgálata azt mutatta, hogy a szolgáltatás elterjedésének ütemében fontos szerepet játszott az engedélyek kiadásának időpontja. Ugyanakkor az a feltételezés is jól érzékelhetővé vált, hogy a piaci részesedések szempontjából sem közömbösek az engedélyek kiadásának időpontja és feltételei. Azokban az Európai Unió országokban, ahol az első digitális engedélyt egyidejűleg adták ki két szolgáltatónak, a piaci részesedések nagyjából azonosan alakultak (Dánia, Görögország, Németország, Portugália). A többi országban, ahol viszont az analóg piacot is felépítő, inkumbens monopolista kapta meg először a digitális engedélyt, és a második szolgáltató csak később juthatott hozzá az engedélyhez, jelentős arányeltolódást eredményezett az első javára. Ebben a vonatkozásban csak Finnország volt kivétel, ahol nem az analóg piacot felépítő, már piacon lévő monopolista kapta az első digitális engedélyt, mégis képes volt később hátrányát behozni. Görögország és az Egyesült Királyság kivételével a piacvezető mobil szolgáltató még ma is bennlévő vezető szolgáltató leányvállalata. A harmadik, negyedik belépők piaci részesedése többnyire alacsonyabb maradt, mint az első kettőé, de itt is fontos kivételek találhatók, például az Egyesült Királyságban, ahol mára éppen az időben negyedik belépő (előfizetőség szerinti) piaci részesedése a legnagyobb.

A jövőben elsősorban a harmadik generációs (UMTS vagy 3G) rendszerek bevezetése fogja alakítani a mobil piacok szerkezetét. Az Európai Parlament és a Tanács 128/1999/EC számú közös döntése értelmében a tagállamoknak összehangoltan kell bevezetniük a 3G rendszereket. Az UMTS rendszerű mobilszolgáltatásra szóló engedélyeket 2000. és 2001. folyamán már az EU legtöbb országában megpályáztatták (Írországban és Luxemburgban még nem zajlott le a pályáztatás)⁴⁷. Az UMTS rendszerek bevezetésével, illetve a pályáztatással kapcsolatban alapvetően egy töről fakadva, ám mégis két részre bonthatóan érzékelhető bizonytalansági tényezők figyelhetők meg a piacon. Az egyik általánosságban a harmadik generációs mobil rádiótelefon szolgáltatás jellemzőiből fakad. Az új technológiára épülő hálózatok rendkívül sokféle, a jelenlegihez képest jelentős bővülést mutató szolgáltatást tudnak támogatni – mindezt azonban jóval nagyobb hálózati költségek révén. A technológia megjelenése mellett nem egyértelműek a piaci körülmények abból a szempontból, hogy vajon a fogyasztók mennyire készültek fel a nagyobb sávzélességet biztosító hálózat révén nyújtott, új típusú mobilszolgáltatások fogadására – azaz lesz-e fizetőképes kereslet a szolgáltatásra. Ez természetesen minden új termék megjelenésekor valamilyen mértékben bizonytalansági tényező, ám lényeges momentum, hogy a pályázatok során a legnagyobb európai mobil vállalkozások jelentős díjakat fizettek ki az engedélyekért⁴⁸. Ez azt jelenti, hogy ezen új piacra való belépés költsége – az egyébként is igen drága hálózat kiépítésével együtt – olyan összeget tesz ki, amely a piac eddigi fejlődési dinamikáját megváltoztathatja. Összegezve megállapíthatjuk, hogy a mobil távközlés jövőjében egészen biztosan új fejezetet nyit majd a

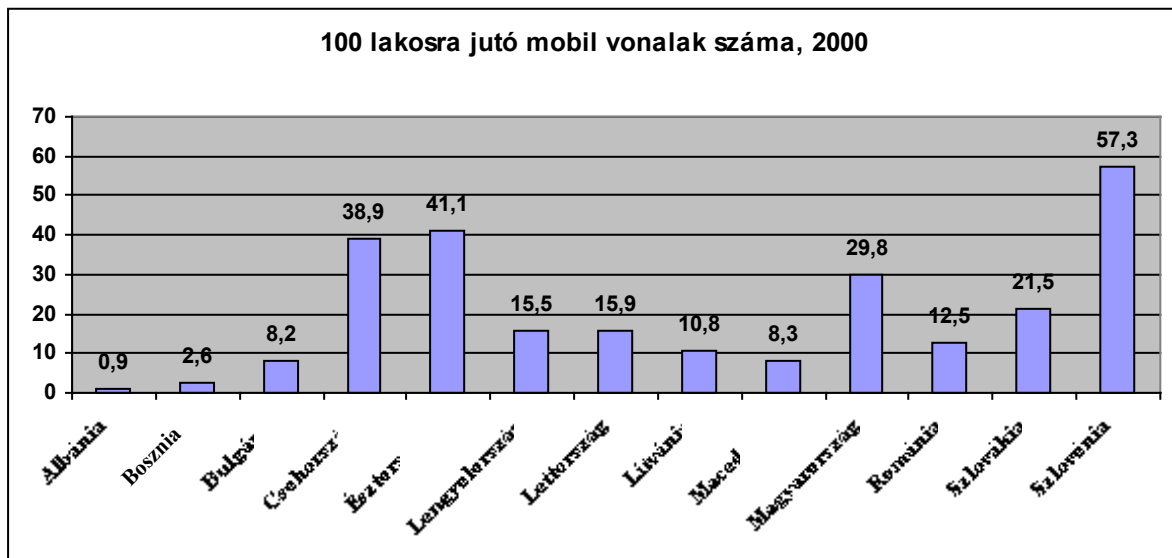
⁴⁷ L. EU 7th report on the Implementation of the Telecommunications Regulatory Package, {COM(2001)706}

⁴⁸ Ezek közül kiemelkednek az Egyesült Királyságban és Németországban lefolytatott árverésen kifizetendő összegek.

harmadik generációs rendszereken alapuló új szolgáltatások elterjedése – bizonytalan azonban, hogy ez milyen dinamikájú piacon történik meg.

A mobil távközlési szolgáltatások nagyon gyors elterjedésének lehettünk tanúi a kelet-európai országokban is. A vezetékes hálózatok fejletlensége, a hosszú várakozási listák és a mobil hálózatoknál természetes fogyasztó-orientált szemléletmód egyaránt indokolta a mobil szolgáltatások gyors elterjedését. A nemzetközi pénzügyi szervezetek támogatását is gyakran könnyebb volt megnyerni a magántőkét is vonzó, versenykörülmények között gyorsan kiépíthető mobil távközlési szolgáltatásokhoz, mint a lassan, sok nehézség árán, költségesen megreformálható hagyományos vezetékes szolgáltatáshoz.

2. ábra: Mobil vonalak száma Kelet-Európában 2000-ben



* becslés

Forrás: Information Society Indicators in the Countries of Central and Eastern Europe, ESIS Report, DG Information Society, January 2001.

A nyugat-európai országokhoz hasonlóan a kelet-európai szolgáltatási rendszerekben is az első szolgáltatások a bennlévő, monopolhelyzetű, vezetékes szolgáltató többségi tulajdonában lévő cég analóg szolgáltatásai voltak. A helyzet annyiban volt más, hogy a kelet-európai szolgáltatók azonos analóg rendszerek bevezetéséről döntöttek, szemben a nyugat-európai országokban kezdetben uralkodó ötféle, össze nem egyeztethető szabvánnyal. A digitális technológia alkalmazásánál már a legtöbb kelet-európai ország a duopóliumot választotta (Szlovénia és Bulgária csak egy, Észtország viszont három engedélyt is kiadott). Fontos volt itt is, hogy egyidejűleg vagy egymást követően léphettek a piacra a szolgáltatók. Lettország, Litvánia és Észtország a fokozatos belépést szorgalmazta, az első digitális engedélyes a már piacon lévő, az analóg rendszert működtető szolgáltató volt. A többi kelet-európai ország az egyidejű engedélyezés elvét követte, ami a gyakorlatban hat hónapon belül kiadott második engedélyt jelentett. Egyes országokban (Lengyelország, Románia) a vezetékes szolgáltató nem kapott GSM 900-as engedélyt.

A belépés időpontjának a cégek piaci részesedésére is hatással kellett lenniük. Az egymást követő belépés elvét alkalmazó országokban ugyan az elsőnek piacra lépő részesedése egy ideig nagyobb volt, de ez az előny lassan csökken. Az egyidejű engedélyezést megvalósító országokban viszont – a nyugat-európai tapasztalatokkal ellentétben – jelentős eltérések

alakultak ki a cégek között, és végső soron a piaci részesedések szórását tekintve a kétféle belépési típus között alig volt eltérés, azaz kérdéses, hogy az engedélyezés módja tudta-e befolyásolni a szolgáltatás elterjedését.

Az egyidejű belépés és az így gerjesztett verseny a szolgáltatás elterjedtségét növelte, és minél több cég volt a piacon, annál gyorsabban terjedt el a szolgáltatás. Fontos megállapítás, hogy a várakozási idő szintén jelentős és pozitív hatással bírt a mobil távközlés elterjedésére, hasonlóképp a vezetékes hálózat kiépítettsége is, ami azt a megállapítást erősítheti meg, hogy a mobil távközlés ebben az időszakban inkább pótlék, egyfajta kényszer-helyettesítő jellegű volt Kelet-Európában. Azok a vélekedések azonban, hogy a vezetékes hálózat kiépítetlensége miatt alternatív szolgáltatásként lehetett a mobil szolgáltatásra tekinteni, nem állják meg a helyüket, hiszen a mobil hálózatok sok olyan infrastrukturális elemtől függenek, amelyek a vezetékes szolgáltatók tulajdonában van. A hívások nagy része – kezdetben különösen – szintén a vezetékes hálózathoz kötődik, ezért összességében a mobil szolgáltatások használhatósága erősen függ a vezetékes hálózat kiterjedtségétől és hatékonyságától. (A vezetékes és mobil távközlési szolgáltatások viszonyáról nemzetközi vonatkozásban is részletesebben szól a jelentés piaci mozgásokat elemző része.)

A kelet-európai országok tapasztalata is azt mutatta, hogy a versenynek fontos szerepe van a szolgáltatás gyors elterjedésében. A technológiaváltásnak ugyanakkor mintha itt kisebb súlya lenne az elterjedés gyorsaságában. Ehhez két szempontot kell hozzátenni. Egyrészt a kelet-európai országok átlagosan 8 éves késéssel fogtak hozzá a mobil szolgáltatások bevezetéséhez⁴⁹, viszont a nyugat-európai átlagos 8 évvel szemben átlagosan 3 év alatt az analógról áttértek a digitális rendszerre, másrészt az analóg/digitális váltás egybeesett a többszereplős modell bevezetésével, azaz a verseny és a technológiaváltás nagyjából egy időben indult.

4.2. Jelenlegi hatályos szabályozási keret, illetve elképzelések és fejlemények Európában

A mobil távközlési piac szabályozása az Európai Unióban a hírközlési szolgáltatásokra vonatkozó keret-irányelven, illetve az ahhoz kapcsolódó, a részletszabályokat tartalmazó más direktívákon keresztül valósul meg. Ebből következően az uniós szintű rendelkezések csak a szabályozási keretet adják meg a tagállamok számára, a szabályozási keret tartalmát minden országnak a saját jogrendszerébe kell építenie.

A jelenleg hatályos szabályozási keret az Európai Unió intézményei által 1990-ben elfogadott irányelvekre épülő rendszerhez köthető. Ezen rendszer két alappillére az Európai Tanács által elfogadott 90/387/EGK sz. ún. ONP keret-irányelv⁵⁰, illetve az Európai Bizottság által elfogadott 90/388/EGK sz. ún. liberalizációs alap-irányelv.⁵¹ Az Európai Unió a liberalizációs irányelveken keresztül valósította meg a piacnyitási folyamatot a távközlésben, így a mobil

⁴⁹ Értve ezalatt az analóg szolgáltatás bevezetésének időpontját.

⁵⁰ Council Directive of 28 June 1990 on the establishment of the internal market for telecommunications services through the implementation of open network provision (90/387/EEC; OJ L 192/1, 24.07.90). Ehhez az irányelvhez kapcsolódtak a 90-es évtizedben elfogadott, ún. ONP irányelvek.

⁵¹ Commission Directive of 28 June 1990 on competition in the markets for telecommunications services (90/388/EEC; OJ L 192/10, 24.07.90). Ehhez az irányelvhez kapcsolódtak a 90-es évtizedben elfogadott további, ún. liberalizáció irányelvek.

rádiótelefon szolgáltatás ágazatában is. Az ONP irányelvek ugyanakkor azt a szabályozási keretet rögzítették, amely a piacnyitási fázist követően a távközlési szektor felügyeletének rendszerét határozza meg a tagállamokban.

A tagországokban 2003-ban életbe lép az elektronikus hírközlés korábbi szabályozási keretét felváltó új szabályozási környezete (New Regulatory Framework)⁵². Az irányelvek kiinduló alapelve, hogy csak a szükséges mértékben és csak addig kell szabályozni, amíg a verseny nem képes minden területen helyettesíteni a szabályozást. Az irányelvek alapvetően az objektív, diszkrimináció-mentes és átlátható szabályozást kívánják megteremteni.

A piacralépés tekintetében a keret-irányelv csak a frekvenciák szűkösségéhez kapcsolódóan teszi lehetővé a tevékenység engedélyezését, egyébként csupán bejelentési kötelezettséget írhatnak elő a tagállamok. A tevékenység-végzéshez kapcsolódóan elsősorban az univerzális szolgáltatásra vonatkozóan létezhetnek előírások. Emellett – a jelentős piaci erővel bíró vagy mindegyik – szolgáltató hálózatához való hozzáférés biztosításáról, az összekapcsolási kötelezettségről, a szolgáltató-előválasztásról, a számhordozhatóságról és a számviteli kötelezettségekről szólnak a direktívák. Az árszabályozás csak az egyébként is szabályozott tevékenységek esetében (hozzáférés, összekapcsolás) jellemző, ezekben az esetekben is a szabályozó hatóságot főként a költségszámítási módszerek meghatározásán túl elsősorban jóváhagyási jogkör illeti. Ezek a szabályozási alapelvek a mobilszolgáltatókra a többi hírközlési szolgáltatóval azonos módon vonatkoznak.⁵³

Ennek folytán a mobil távközlés területén az összekapcsolási kötelezettség (általánosabban a szolgáltatók együttműködésének kötelezettsége), a jelentős piaci erővel rendelkező szolgáltató hálózatához való hozzáférés (alapvetően belföldi roaming) biztosítása, a szolgáltató-előválasztás biztosítása, a számhordozhatóság megteremtése és a vertikálisan integrált cégek (különös tekintettel az inkumbens vezetékes szolgáltatóra) esetében a számviteli elválasztás kötelezettsége szabályozott.

Közvetlenül a mobil távközlést is érinti, hogy a Bizottság az új szabályokhoz igazodóan megalkotta a piac-meghatározásra vonatkozó ajánlás tervezetét⁵⁴, amelyben a Bizottság azokat a termékpiacokat azonosítja, amelyeken szükséges a szabályozási keret kitöltő direktívák alkalmazása (elsősorban a hozzáférés, összekapcsolás és árszabályozás tekintetében). Az ajánlás tervezetének a piacmeghatározás kérdéseivel foglalkozó fejezete a Bizottság versenyjogi gyakorlatának részletezésére vonatkozó pontjában külön piacként foglalkozik pl. a mobil végződtetés piacával. Ebben a pontban rögzíti a tervezet azt, hogy a végződtetés tekintetében esetről-esetre kell megítélni azt, hogy vajon egységesen kell az egész

⁵² Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council of 7 March 2002 on a common regulatory framework for electronic communications networks and services (Framework Directive) – OJ L 108/33. Directive 2002/19/EC of the European Parliament and of the Council of 7 March 2002 on the authorization of electronic communications networks and services (Authorization Directive) – OJ L 108/21. Directive 2002/19/EC of the European Parliament and of the Council of 7 March 2002 on access to, and interconnection of, electronic communications networks and associated facilities (Access Directive) – OJ L 108/7.

⁵³ Ellentétben a jelenleg hatályos rendszerrel, ahol pl. a számhordozhatóság követelménye nem jelenik meg a mobil ágazat esetében.

⁵⁴ Working Document – Public Consultation on a draft Commission Recommendation on Relevant Product and Service Markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communication networks and services (Brussels, 17 June 2002). 2002 júliusában nyilvános konzultációt tartottak ([http:// europa.eu.int/information_society/topics/telecoms/regulatory/publicconsult/](http://europa.eu.int/information_society/topics/telecoms/regulatory/publicconsult/)); az ajánlás végleges elfogadása 2002 őszére várható.

mobil szektort kezelni, vagy az egyes mobil hálózatok elkülönült piacként kezelendők. A mobil végződtetési díjak szabályozási igényén túl a tervezet szerint az összekapcsolási és hozzáférési díjak elsősorban piaci alapon alakulhatnak ki, amennyiben azonban a szolgáltatók nem tudnak megegyezni, a szabályozó hatóságoknak részben döntőbírói, részben ellenőrző szerepe van.

Az új szabályozási szerkezetben szereplő keret-irányelv⁵⁵ 14. cikke szerint a tervezet véglegesítését követően a Bizottság elfogad egy – a tagállamoknak címzett – döntést a releváns termék- és szolgáltatási piacokról. Ez a döntés az elektronikus kommunikációs szektor azon piacait azonosítja majd, amelyek általános jellegzetességei alapján potenciálisan indokolt lehet az adott piacon szabályozási beavatkozásra.⁵⁶ Az egyes piacokhoz tartozó konkrét többletkötelezettségeket a tagállami reguláló hatóságok (National Regulatory Authority – NRA) róják majd ki az egyes vállalkozásokra, azt követően, hogy saját döntésükben rögzítették az érintett piacokat. Az NRA a döntése során figyelembe kell, hogy vegye a Bizottság fent említett döntését és előzetes egyeztetést kell lefolytatnia a Bizottsággal, ha attól el akar térni.

Az előbbieken bemutatott rendszer nehézsége és időelőttisége ellenére – hiszen a rendszer életbe léptetésére a végleges határidő 2003. július 25. a tagállamok számára – már több tagállam is változtatott a jelenleg hatályos rendszernek megfelelő szabályozási beavatkozáson és a mobil ágazat egyik neuralgikus területén, a végződtetési díjak tekintetében beavatkozást látott szükségesnek. A tagállamok közül elsőként Hollandiában és az Egyesült Királyságban merült fel konkrétan a mobil végződtetési díjak szabályozásának szükségessége. Hollandiában ezzel összefüggésben a szabályozó és a versenyhatóság közösen kiadott egy iránymutatást. Az Egyesült Királyságban szintén a szabályozó hatóság vizsgálta a mobil végződtetési díjak versenypiaci szintre történő leszorításának lehetőségét. Az adott piaci szegmensre vonatkozó szabályozási megközelítés hasonlóságára utal, hogy a vizsgált időszakot követően, 2002-ben már több tagállamban konkrét intézkedések is történtek a mobil végződtetési díjakkal kapcsolatban, egyes esetekben már szabályozott díjakkal találkozhatunk. Sajátos megoldást választott a probléma felvetésében is úttörő szerepet vállaló Egyesült Királyság, ahol mind a négy mobil rádiótelefon hálózatot üzemeltető szolgáltatóra nézve bevezették a végződtetési díjak szabályozását. Más megoldást választott pl. Írország és Olaszország, ahol a piacvezető két mobil rádiótelefon szolgáltató végződtetési díjainak szabályozását vezették be. Az árszabályozási megoldás sem azonos az említett tagállamokban, míg az Egyesült Királyság ársapka típusú szabályozást vezetett be⁵⁷, addig Olaszországban a szabályozó által ellenőrzött költségmodellre épülő szabályozás érvényesül.⁵⁸

Az OECD versenyjoggal és versenypolitikával foglalkozó bizottságának tapasztalatai alapján megállapítható, hogy egyes nem EU tagállam európai országokban (pl. Norvégiában vagy Svájcban) az EU-béli szabályozáshoz hasonló szabályozási kérdéseket érintenek a jogalkotók. Emellett a nem európai országokban is lényegében azonos problémák merültek fel, így

⁵⁵ Framework Directive

⁵⁶ Hangsúlyozza az irányelv, hogy ezen döntésben foglalt piacok meghatározása nem érinti az általános versenyjogi szabályok konkrét esetei során kialakított piacokat.

⁵⁷ Ennek lényege a kiskereskedelmi árszinthez (Retail Price Index) kötöttség. (RPI-12%)

⁵⁸ Írországban még nincs végleges döntés az alkalmazandó modell tekintetében.

Ausztráliában a mobil indítás és végződés árszabályozása, vagy Új-Zélandon a szolgáltató-előválasztás.⁵⁹

4.3. A mobil távközléssel kapcsolatos versenyjogi gyakorlat

Az OECD országok gyakorlatában mind erőfölénnyel való visszaéléssel kapcsolatos, mind kartell ügyek előfordultak.⁶⁰

Norvégiában a versenyhatóság az inkumbens vezetékes szolgáltatót vizsgálta több ízben is, 1996-ban és 1997-ben, mert az a vezetékes piacon fennálló erőfölényét, illetve pozícióját használta fel arra, hogy előnyöket szerezzen a mobil piacon, ahol leányvállalata tevékenykedik. Egy ügyben azt állapította meg a hatóság, hogy a vezetékes szolgáltató saját mobil vállalatának irányában pozitív diszkriminációt folytat, míg egy másik ügyben saját kiterjedt adatbázisát felhasználva segítette a mobil üzletága terjeszkedését. A versenyhatóság fellépése mindkét esetben orvosolta a jogsértést.

Svájcban a 2000-2001. években a szövetségi versenyhatóság azt vizsgálta, hogy a mobil szolgáltatók rendelkeznek-e együttes erőfölénnyel a piacon, illetve tisztességesen árazzák-e kiskereskedelmi szolgáltatásaikat, valamint hogy egyeztetik-e áraikat. A vizsgálat megállapította, hogy még az inkumbens szolgáltató, a Swisscom sincs erőfölényben, és arra sem találtak bizonyítékot, hogy a szolgáltatók áregyeztetést alkalmaztak volna. Ugyanakkor a versenyhatóság fenntartotta magának a jogot, hogy a jövőben vizsgálja a mobiltelefonra indított hívások árazását.

Írországban mind a versenyhatóság, mind a bíróság foglalkozott a mobilpiacot érintő versenyüggyel. Az ír versenyhatóság 1996-ban nem állapított meg jogsértést az inkumbens mobil szolgáltató terhére, amikor az határozott idejű szerződések megkötésével igyekezett megtartani az előfizetőit. A versenyhatóság ezt a magatartást a versenytárs megjelenésére adott racionális és indokolható válaszlépésnek tartotta.

Az ír bíróság eljárásában a felperes azt állította, hogy az inkumbens mobil szolgáltató erőfölényben van a mobilpiacon, és erőfölényével visszaélve túl magas árakat alkalmaz, és így a fogyasztók mintegy 20%-kal fizetnek többet a kívánatos árnál. A bíróság ezzel szemben az árak csökkenésére, a piaci szerkezetre, az alperes piaci részesedésének visszaesésére tekintettel már azt sem találta bizonyítottnak, hogy az alperes erőfölényben van, így 2001-ben kelt ítéletében elutasította a visszaélésre vonatkozó keresetet.

A finn versenyhatóság 1998-99-ben közös erőfölénnyel való visszaélés miatt vizsgált két mobil szolgáltatót annak gyanújával, hogy azok negatív diszkriminációt alkalmaztak a harmadik szolgáltatóval szemben a belföldi roaming szolgáltatás igénybe vételének feltételeivel összefüggésben. A versenyhatóság többek között a következő megállapításokra jutott a vizsgálat eredményeként: a mobil piacon belül elkülöníthető egymástól a hálózati hozzáférési nagykereskedelmi szolgáltatás és a végfelhasználóknak nyújtott kiskereskedelmi szolgáltatás piaca. Az ügyben az előbbi volt az érintett piac. Ugyanakkor az ügy végső kimeneteleként a hatóság megszüntette az eljárást, mivel az egyik eljárás alá vont nem volt erőfölényben, míg a másik az eljárás megindulása után megkötötte versenytársával a belföldi

⁵⁹ L. az OECD CLP számára készült jelentésekben (<http://www.oecd.org>) a „Competition and Regulation Issues in Telecommunications” és az „Access Pricing (with a focus on telecommunications)” témáknál (2001-2002).

⁶⁰ L. előző lábjegyzet.

roaming szolgáltatás nyújtására vonatkozó megállapodást, és így a versenysérelem orvoslása megtörtént.

Jogsértést állapított meg ugyanakkor az olasz versenyhatóság egy kartellügyben 1999-ben. Az olasz versenyhivatal áregyeztetés gyanújával folytatott vizsgálatot a két nagy olasz mobilszolgáltató, a TIM és az OMNITEL ellen. A végül beigazolódott gyanú szerint a szolgáltatók egyeztették a kiskereskedelmi vezetékes-mobil tarifákat és a nagyfogyasztói kedvezményeket, valamint az új szolgáltató piacra lépésekor az általuk alkalmazott összekapcsolási feltételeket és díjakat is egységesen, egyeztetve állapították meg. A szolgáltatók az oligopol piaci struktúrára hivatkoztak védekezésükben, de a versenyhatóság az ügyben felmerült összes bizonyíték alapján bírság kiszabása mellett elmarasztalta mindkét szolgáltatót. A versenyhatóság az ügyben többek között arra a következtetésre jutott, hogy a mobil szolgáltatás a vezetékes távbeszélő szolgáltatástól elkülönült piacot képez, az európai piac nemzeti piacokra tagolódik, valamint az összekapcsolási szolgáltatás más szolgáltatással nem helyettesíthető.

Jelenleg is folyamatban van az EU-ban a Bizottság Verseny Főigazgatósága által folytatott vizsgálat⁶¹, amely 2000-ben indult a holland inkumbens, a KPN ellen annak gyanújával, hogy az erőfölényével visszaélve túl magasan tartja a vezetékes-mobil végződtetési díjat, és ezzel akadályozza a mobil piacra újonnan érkező szereplők belépését, valamint magasan tartja a végfogyasztói árakat is. A Bizottság 2002-ben küldte meg kifogásoló nyilatkozatát az eljárás alá vont vállalkozásnak, és abban előzetesen úgy foglalt állást, hogy az egyes mobil hálózatok elkülönült piacot alkotnak a mobil végződtetési szolgáltatás tekintetében. A végső bizottsági határozat a jelentés lezárásakor még nem született meg.

⁶¹ COMP/37.704 – KPN Telecom/MCI – Mobile Termination Rates

5. A szolgáltatók piacra vonatkozó válaszainak általános értékelése

5.1. A Gazdasági Versenyhivatal kiinduló feltételezései

A szolgáltatók által megválaszolt kérdőívek tartalmazták a GVH által alkalmazott piac-meghatározási módszer rövid leírását, valamint a korábbi tapasztalatok alapján kialakult előfeltételezéseket az elkülöníthető szolgáltatások tekintetében. A GVH a helyettesíthetőséggel kapcsolatos vizsgálata során abból indult ki, hogy milyen keresleti, illetve kínálati változások várhatóak a piacon, amennyiben egy adott terméket előállító hipotetikus monopolista kicsi, ám nem elhanyagolható mértékben (5-10%), nem átmeneti időre megemeli az érintett termék árait.

A közcélú mobil rádiótelefon szolgáltatási ágazatban a GVH alapvetően az igénybevételi szolgáltatások, a nagykereskedelmi jellegű szolgáltatások, a hálózati (összekapcsolási) szolgáltatások és az adatátviteli szolgáltatások általános kategóriáját határozta meg.

Ezen belül a szolgáltatás-csoportokban elkülönítésre kerültek az egyes szolgáltatások. Az igénybevételi szolgáltatások között a mobil rádiótelefon szolgáltatáshoz való hozzáférés biztosítása, a belföldi mobil rádiótelefon hívás szolgáltatása, a nemzetközi mobil rádiótelefon hívás szolgáltatás és a roaming szolgáltatás saját előfizetőknek történő nyújtása szerepelt. Nagykereskedelmi szolgáltatásként a GVH a szolgáltatásnyújtóknak történő kapacitás vagy idő átadást, a belföldi, illetve a külföldi roaming partnerek számára nagykereskedelmi hozzáférés nyújtását határozta meg. A hálózati szolgáltatás körében a más távközlési szolgáltatóknak nyújtott hívásvégződtetés és hívásindítás különült el. Az adatátviteli szolgáltatások között az SMS szolgáltatás és a WAP szolgáltatás volt ilyen, valamint megemlítésre kerültek az egyéb, még nem kifejezetten érett, a hálózati fejlesztések következtében megjelenő újabb szolgáltatástípusok.

A helyettesíthető árukra vonatkozó előzetes feltételezések során a GVH abból indult ki, hogy egyedül az igénybevételi szolgáltatások piacán a belföldi mobil rádiótelefon hívások és a közcélú távbeszélő (vezetékes) szolgáltatások belföldi távolsági hívásai között valószínűsíthető a helyettesítés. Ez is csak meghatározott fogyasztói csoportok esetén állhat fenn, amennyiben valamely előfizető egyaránt rendelkezik mobil és vezetékes előfizetéssel.

További kérdésként fogalmazódott meg, hogy a fenti szolgáltatások nyújtása tekintetében elkülöníthető-e előfizetői szinten a lakossági és az üzleti felhasználóknak nyújtott szolgáltatás, illetve a hangátviteli és az adatátviteli szolgáltatás. Hasonlóképpen felmerült, hogy megkülönböztethető-e hálózati szinten a hívásvégződtetési szolgáltatás aszerint, hogy azt mely típusú szolgáltatóknak nyújtják.

A GVH kiinduló álláspontja a fent részletezett tevékenységekhez kapcsolódó földrajzi piacra vonatkozóan az volt, hogy az országosnak tekinthető.

5.2. A szolgáltatók álláspontja

A szolgáltatóknak a kérdőívekre adott válaszai eltérőek attól függően, hogy mobil vagy vezetékes szolgáltatókról van-e szó, illetve a mobil szolgáltatók között is eltérés érzékelhető a GSM technológiával szolgáltató hálózatok és az NMT technológiát alkalmazó szolgáltató vonatkozásában. Az LTO Szövetségben tag vezetékes szolgáltatók egységes álláspontot terjesztettek elő. Minderre tekintettel az egyes alfejezetekben a GSM szolgáltatók álláspontjának ismertetése után az NMT technológiával működő mobil szolgáltató véleményének leírására kerül sor, majd végül áttekintésre kerül, hogy a vezetékes szolgáltatók saját szempontjukból hogyan értékelték a mobil piac adott részterületét, illetőleg az adott szolgáltatást.

5.2.1. Igénybevételi szolgáltatások

A GSM szolgáltatók alapvetően nem értettek egyet a GVH kérdőívében elkülönített szolgáltatások meghatározásával. Mindhárom szolgáltató - bár más-más megfogalmazással - az általa alkalmazott szerződéstípusok szerint határozta meg, hogy milyen szolgáltatásokat különítene el a mobil piacon, hangsúlyozták ugyanakkor, hogy a legtöbb szolgáltatás elkülönítése, önálló vizsgálata csupán teoretikusan lehetséges, a gyakorlatban ennek a legtöbb esetben nincs jelentősége, mivel a fogyasztók szolgáltatás-csomagokat, és nem egyes szolgáltatásokat keresnek.

A fenti kiindulás alapján a GSM szolgáltatók a GVH által igénybevételi szolgáltatásként meghatározott szolgáltatástípust az előfizetői szolgáltatás, kiskereskedelmi szolgáltatás vagy végfogyasztóknak nyújtott szolgáltatás megnevezéssel, de nagyjából azonos tartalommal írták le. Az igénybevételi szolgáltatások között így az összes szolgáltató megjelölte a belföldi és nemzetközi híváskezdeményezést és -fogadást, valamint a nemzetközi roaming szolgáltatást.

Bár ezt nem mindegyik szolgáltató fogalmazta meg azonos módon, abban is egyetértettek, hogy a hozzáférés önálló szolgáltatásként nem értelmezhető. A W900 a hozzáférést a beszédhívás kategóriájába mint alapszolgáltatásba sorolta, míg a PGSM az alapszolgáltatást a hozzáférésben jelölte meg, amelyhez előfizetés (postpaid) vagy előre fizetett (prepaid) szolgáltatás útján lehet hozzájutni. A Vodafone a hozzáférést a többi szolgáltatás előfeltételeként határozta meg, amelynek eléréséhez a SIM kártya és a mobil-telefonkészülék szükséges. A három szolgáltató álláspontja tartalmát tekintve azonos: minthogy véleményük szerint a fogyasztók a hozzáférést önálló szolgáltatásként, csak önmagáért nem keresik, így az nem választható el azoktól a szolgáltatásoktól, amelyek nyújtásához elengedhetetlenül szükséges.

A belföldi hívások kezdeményezése és fogadása tekintetében a PGSM elkülönítette a különböző hálózatokba irányuló, illetve különböző hálózatokból érkező hívásokat, a Vodafone pedig a híváskezdeményezés és -fogadás körébe vonta az sms szolgáltatást is mondván, hogy az célját tekintve valójában a beszédátviteli szolgáltatások helyettesítője (egészen pontosan az sms-t helyettesítheti a hívás, míg a hívást helyettesítheti az sms és a hangposta is).

A nemzetközi hívásokon belül elkülöníthető a mobil-rádiótelefon hívás, valamint az Internet protokoll alapú, un. VoIP⁶² hívás (kezdeményezés és fogadás).

A fenti, valamennyi GSM szolgáltató által elfogadottnak tekinthető kategóriákon kívül az egyes szolgáltatók az igénybevételi szolgáltatásokon belül, de némileg eltérően csoportosították az. un kiegészítő vagy értéknövelt vagy ügyfélszolgálati szolgáltatásokat (a szolgáltatók eltérő megnevezései). Ide sorolódtak be a híváskezelés körébe tartozóan a hívásátirányítás, -várakoztatás, -korlátozás, konferenciahívás stb.; az információs szolgáltatások, az ügyfélszolgálati jellegű szolgáltatások (számlázás, hívásrészletezés stb.). Nem volt egyöntetű az Internet alapú szolgáltatások, az üzenetközvetítő, valamint az adatátviteli szolgáltatások megítélése. A PGSM pl. az Internet alapú szolgáltatások között is feltüntette a VoIP-ot, az sms-t pedig a hangposta szolgáltatással együtt az üzenetközvetítő szolgáltatások közé helyezte, míg a Vodafone az Internet alapú szolgáltatásokat inkább felhasználási céljuk alapul vételével osztotta be az általa használt kategóriákba, a hangposta szolgáltatással kapcsolatban pedig azt jegyezte meg, hogy az nem tekinthető elkülönülő szolgáltatásnak, minthogy a fogyasztók azt sem keresik önmagában. (Az adatátviteli szolgáltatások alább kerülnek tárgyalásra.)

A W450 a szolgáltatások elkülönítése szempontjából szintén nem osztotta a GVH álláspontját. Saját szolgáltatásait a GSM szolgáltatókhoz hasonlóan az általa alkalmazott szerződések mentén helyezte el. Az igénybevételi szolgáltatásokat így az előfizetői szerződés alapján nyújtott szolgáltatásokkal azonosította. Ezek a közcélú NMT 450 mobil rádiótelefon szolgáltatás keretében a beszédátvitel, a segélyhívások és az adatátvitel (faximile), a kiegészítő szolgáltatások között pedig a hívásletiltás, hívásvárakoztatás és -átirányítás, hangposta stb.

A MATÁV az igénybevételi szolgáltatások GVH által meghatározott körével lényegében egyetértett, szűkítő javaslatot nem tett.

Az LTO Szövetség tagszolgáltatói a GVH álláspontjával alapvetően egyetértettek, de tettek néhány pontosító észrevételt. Ezek között a legfontosabb, hogy a GVH által az adatszolgáltatások körében felsoroltak véleményük szerint nem különíthetők el az igénybevételi szolgáltatásoktól. Ugyanakkor azt is megjegyezték, hogy az egyes igénybevételi szolgáltatások további szűkítése, teljesen homogén tartalmú szolgáltatásokra bontása szükséges.

A fenti érvelés alapján a hozzáférés tekintetében az LTO-k legalább az előfizetés alapján nyújtott (postpaid) és az előre fizetett (prepaid) hozzáférést szétbontanák. Ennek indokaként az eltérő hozzáférési díjakat és a két különböző hozzáféréshez kapcsolódó eltérő forgalmi díjakat jelölték meg. Ezen belül is külön kezelnék az egyes szolgáltatás-csomagokat, illetve figyelembe vennék a nagytételben adott üzleti előfizetői kedvezményeket (l. az LTO-k véleményét alább, az üzleti és lakossági előfizetők megkülönböztetéséről írtaknál).

A belföldi hívások tekintetében az LTO-k szerint – a PGSM véleményéhez hasonlóan – elkülönítendő a különböző hálózatokból indított, illetve érkező hívás, mivel a hálózatot elhagyó hívások esetén már szükség van összekapcsolásra, mivel a végződési díjak különböznek, és mivel a szabályozás is eltérő az eltérő hívástípusokra vonatkozóan.

⁶² Voice over Internet Protocol

A nemzetközi hívásokra vonatkozóan az LTO-k a GSM szolgáltatók álláspontjának megfelelő véleményen vannak: mobil-rádiótelefon hívást és VoIP-ot különböztetnek meg.

A roaming szolgáltatásokkal kapcsolatban az LTO-k nem nyilatkoztak, tekintettel arra, hogy úgy látják, a roamingról – a szolgáltatás jellegéből fakadóan – nem rendelkeznek releváns információkkal.

5.2.2. Nagykereskedelmi jellegű szolgáltatások

A GSM szolgáltatók a nagykereskedelmi jellegű szolgáltatást úgy tekintették, mint amelyet a szolgáltató más távközlési szolgáltatónak üzleti alapon szerződés keretében nyújt (a Vodafone meghatározása, amely tartalmában megfelel a többi szolgáltató véleményének is). A szolgáltatók általánosságban azon az állásponton vannak, hogy ilyen szolgáltatásokat nem nyújtanak, illetőleg a mai jogszabályi környezetben nem is nyújthatnak (a PGSM véleménye), azaz a GVH nagykereskedelmi szolgáltatásokra (a kapacitás és idő átadásra) vonatkozó előfeltételezését részben elvetették.

A PGSM megemlíti ugyanakkor e körben a Vodafone-nak általa nyújtott belföldi roaming szolgáltatást, de hozzáteszi, hogy ezt inkább hálózati szolgáltatásként értékeli. A Vodafone szerint nagykereskedelmi jellegűnek csak a külföldi társszolgáltatókkal a GSM Association keretében kötött roaming megállapodások minősülhetnek. A W900 nagykereskedelmi megállapodásként kezeli a MATÁV-val kötött RLL szerződést, mely szerint a W900 alvállalkozói szerződés keretében GSM szolgáltatóként került bevonásra a MATÁV előfizetői szolgáltatásának nyújtása céljából.

A W450 a nagykereskedelmi jellegű szolgáltatások kérdésével érdemben nem foglalkozott, amiből arra lehet következtetni, hogy egyik szolgáltatását sem tekinti ilyennek.

A MATÁV egyetért a GSM szolgáltatókkal és elveti a GVH álláspontját annyiban, amennyiben szerinte sem beszélhetünk Magyarországon kapacitás vagy időátadásról. Ugyanakkor a MATÁV mind a belföldi roaming, mind a külföldi roaming megállapodásokat nagykereskedelmi jellegűként definiálja.

Az LTO-k egyetértenek a GSM szolgáltatókkal: véleményük szerint ma Magyarországon nagykereskedelmi jellegű szolgáltatásokat a mobil társaságok nem nyújtanak, de megjegyzik, hogy ez a helyzet a piaci liberalizációt követően változhat.

5.2.3. Hálózati szolgáltatások

A hálózati szolgáltatások megítélésében a GSM szolgáltatók között egyetértés van, és véleményük egyezik a GVH kiinduló álláspontjával is. Idesorolják a távközlési törvény és a hálózati szerződések alapján nyújtott összekapcsolási, azaz hívástovábbítási és -végződtetési, valamint az előfizetőknek nyújtott hívásindítási szolgáltatásokat. A W450 ugyancsak ezt a véleményt képviseli.

A W900 kiemeli, hogy a vezetékes és a mobil hálózatokból érkező hívások végződtetési díja – az eltérő költségek miatt – különbözik.

A PGSM továbbá hálózati hozzáférési szolgáltatásként minősíti a Vodafone-nak nyújtott belföldi roamingot is (ezt a legtöbb szolgáltató nagykereskedelmi jellegűnek tekinti).

A MATÁV véleménye szerint a hálózati szolgáltatás kategóriájába valójában csak a hívásvégződtetési szolgáltatások tartoznak. A hívásindítási szolgáltatás csak a szolgáltatóválasztás lehetőségének bevezetésével, nemzetközi vonatkozásban válik lehetségessé.

Az LTO-k a MATÁV-val értenek egyet abban, hogy a hívásindítási szolgáltatásnak csak nemzetközi irányban lehet jelentősége. Ugyanakkor kulcselemként tekintik a hívásvégződtetést, ahol véleményük szerint nincs helyettesítési lehetőség, és így a végződtetés tekintetében minden mobil hálózat egy elkülönült piacot alkot.

5.2.4. Adatátviteli szolgáltatások

Az adatátviteli szolgáltatások körét a GSM szolgáltatók kisebb-nagyobb mértékben egymástól eltérő módon határozták meg, de a meghatározások a GVH csoportosításától tartalmilag jelentősen nem térnek el.

A W900 és a PGSM alapvetően e kategóriába sorolja a mobil telefax, az áram- és csomagkapcsolt adatátviteli, valamint a HSCSD (ilyet a W900 nem nyújt) és a GPRS adatátviteli szolgáltatásokat. A W900 e körben említi a VoIP hívásokat, valamint az sms szolgáltatást is.

Eltérést jelent, hogy a Vodafone az sms-t az igénybevételi szolgáltatások közé sorolja, és az adatátviteli szolgáltatások alatt csak a külön erre szerződő ügyfeleknek nyújtott szolgáltatásokat érti (ilyen lehet a WAP, a fax, a fájltranszfer stb.). A Vodafone ezeket a szolgáltatásokat az adatátviteli technológia által közvetített szolgáltatások helyettesítőiként értelmezi.

Általánosságban elmondható, hogy a GSM szolgáltatók válaszaikban a WAP szolgáltatásra nem tértek ki részletesebben, azt csak mint az Internet hozzáférés korlátozott helyettesítőjét említették.

A W450 az általa adatátviteli szolgáltatásként nyújtott fax szolgáltatást az igénybevételi szolgáltatások közé helyezte.

A MATÁV az adatátviteli szolgáltatásokról nem nyilatkozott.

Az LTO-k a GSM szolgáltatókkal értenek egyet abban, hogy az sms jellegéből fakadóan inkább az igénybevételi szolgáltatások közé helyezendő. Emellett megjegyzi, hogy a WAP és GPRS adatátviteli szolgáltatások még nem bírnak akkora jelentőséggel, hogy külön vizsgálatuk szükséges lenne.

5.2.5. Egyéb elkülönült szolgáltatások

5.2.5.1. Lakossági és üzleti előfizetők megkülönböztetése

A lakossági és üzleti mobiltelefon előfizetők között egyik GSM szolgáltató sem tesz különbséget. Hasonló a helyzet a W450 esetében is. A MATÁV a mobil szolgáltatókkal azonos álláspontot képvisel.

Az LTO-k ezzel szemben úgy látják, hogy a lakossági és üzleti mobiltelefon előfizetők között jelentős különbségek vannak az ár- és jövedelem-hatás szempontjából. Az árhatás úgy

GVH jelentése a mobil rádiótelefon szolgáltatás ágazatában indított vizsgálatról – A szolgáltatók piacra vonatkozó

válaszainak általános értékelése

2002. november

jelentkezik, hogy az üzleti előfizetők szempontjából nem fontos a hívás iránya, azaz más lehet a hívásonkénti helyettesítés. A jövedelem-hatás szintén arra vezet, hogy a magánfogyasztók és ezen belül különösen a prepaid előfizetők sokkal inkább helyettesítik hívásaikat vezetékes hívásokkal.

5.2.5.2. Hang- és adatátvitel megkülönböztetése

A W900 és a PGSM szerint megkülönböztethető a hang- és adatátviteli szolgáltatás: a W900 ezt a postpaid előfizetők esetében teszi, míg a PGSM arra hivatkozik, hogy egyes telefonkészülékek csak adatátvitelre szolgálnak. A Vodafone csak annyit mond, hogy minden fogyasztó mindkét szolgáltatásfajtát igénybe veheti, amiből arra következtethetünk, hogy a két szolgáltatásfajta között nem tesz különbséget.

A W450 esetében az analóg technológia folytán a kérdés nem releváns.

A MATÁV csak a vezetékes szolgáltatással kapcsolatban tér ki erre a kérdésre. E szerint az ISDN vonal esetén a két szolgáltatás típus megkülönböztethető, míg az analóg fővonalról indított nem-Internet csatlakozás célú hívás esetén a különbségtétel nem lehetséges.

Az LTO-k szerint a két szolgáltatás típust nem szükséges megkülönböztetni.

5.2.5.3. A hívásvégződtes hálózatonkénti megkülönböztetése

Bár a válaszokból minden GSM szolgáltató esetében arra lehet következtetni, hogy a különböző hálózatokból érkező hívások végződtesése valamilyen módon megkülönböztethető (l. a W900 véleményét fentebb, a hálózati szerződésekről írtaknál), erre vonatkozólag részletes választ csak a PGSM nyújtott be. A megkülönböztetés alapja egyrészt a műszaki háttér eltérése, másrészt a megkülönböztetést tükrözik a hálózattípusonként eltérő végződtesési díjak.

A W450 e körben nem fejtette ki álláspontját.

A MATÁV ugyancsak megkülönböztethetőnek tartja a hálózattípusok szerint a végződteset, míg az LTO-k kifejezetten nem nyilatkoztak a kérdéstről, de az igénybevételi szolgáltatásokkal kapcsolatos véleményük arra utal, hogy a fenti megkülönböztetést valósnak tartják.

5.2.6. A Tpkt. szerinti termékpiacok - a helyettesítés lehetőségei

A GSM szolgáltatók lényegében azonos véleményt fejtettek ki a vezetékes és mobil szolgáltatások egymással való helyettesíthetőségével kapcsolatban. E szerint a mobil szolgáltatásokat a mobilitás mint többlet-termékjellemző folytán a vezetékes szolgáltatások csak korlátozott mértékben helyettesíthetik. A W900 kiemelte a vezetékes szolgáltatás jobb minőségét és nagyobb sebességét. A Vodafone hozzátette, hogy a mobil szolgáltatók között ugyanakkor a kínálati helyettesítés lehetősége triviális.

A PGSM való helyettesítést lát a vezetékes és mobil szolgáltatások között a nemzetközi hívások terén.

A mobil szolgáltatók közötti keresleti helyettesítéssel kapcsolatos általános álláspont az, hogy a fogyasztók a csomagok között helyettesítenek. A PGSM emellett részletesen kifejti az egyes

szolgáltatások helyettesíthetőségére vonatkozó álláspontját. A keresleti helyettesítésre vonatkozóan a Vodafone a GVH kiindulásához képest egy sokkal szélesebb helyettesítési kört vont meg, ugyanakkor az alapfeltevése az volt, hogy a helyettesítés a fogyasztó szempontjából a szolgáltató kiválasztását követően kezdődik. Ekkortól a fogyasztó a csomagok között, valamint a csomagokon belüli egyes szolgáltatások között választhat.

A keresleti helyettesítéssel összefüggő szolgáltatói nézőpontok végső következtetése valójában az volt, hogy a kereslet szempontjából csak a szolgáltatás-csomagok és nem az egyes elkülönített szolgáltatások vizsgálatának lehet értelme.

A W450 véleménye szerint a mobil ágazatban széleskörű a helyettesítés; ez részben a mobil és vezetékes szolgáltatók között is érvényesül. Ugyanakkor a szolgáltató számos piacra lépési korlátot azonosított (frekvencia szűkössege, beruházási és folyamatos költségigény, szerződéses kapcsolatok, márka-image megteremtése, értékesítési hálózat kiépítése).

A MATÁV álláspontja szerint jelenleg korlátozott a helyettesíthetőség a mobil és a vezetékes szolgáltatások között, de a piaci liberalizációt követően a nemzetközi és belföldi távolsági hívások területén ez meg fog változni. A vezetékes adatátviteli szolgáltatások mobil adatátviteli szolgáltatások általi helyettesíthetősége kizárható, mert az ilyen vezetékes szolgáltatások sokkal jobb minőséget és sokkal nagyobb adatátviteli sebességet biztosítanak.

Az LTO-k válaszaiból arra lehet következtetni, hogy csak a mobil és vezetékes szolgáltatások közötti korlátozott helyettesíthetőséget fogadják el, valamint, hogy egyetértenek a mobil szolgáltatókkal abban, hogy a keresleti helyettesítés vizsgálata inkább a szolgáltatás-csomagok, mintsem az egyes szolgáltatások vonatkozásában lehet indokolt.

A földrajzi piac az összes megkérdezett szolgáltató véleménye szerint országos.

5.3. Összefoglalás

A megkérdezett vállalkozások a GVH mobil ágazatra vonatkozó vizsgálatának keretében kiadott kérdőívre összességében megfelelően válaszoltak. Elmondható, hogy mind a mobil, mind a vezetékes szolgáltatók megpróbálták a feltett kérdések teljes körére reagálni.

A szolgáltatók a releváns szolgáltatások tekintetében sok esetben nem értettek egyet a GVH kiinduló feltételezéseivel. A legfontosabb eltérés abban érhető tetten, hogy a szolgáltatók az egyes szolgáltatások elkülönített vizsgálatát többnyire mesterkéltnek, nem a valóságos viszonyokat tükrözőnek vélik. Álláspontjuk inkább az, hogy a vizsgálat tárgyai – a fogyasztói igényeknek megfelelően – a szolgáltatás-csomagok lehetnek.

Ezen túl a szolgáltatók az igénybevételi szolgáltatások vonatkozásában a GVH kiindulásától eltérő csoportosításokat javasolnak, részben szűkebb körben határoznák meg a nagykereskedelmi jellegű szolgáltatásokat, míg a hálózati és az adatátviteli szolgáltatásokkal kapcsolatban a GVH véleményétől valójában tartalmilag nem különböző álláspontra helyezkedtek.

A helyettesítés és a piac-meghatározás tekintetében a szolgáltatók releváns piacnak a mobil szolgáltatások országos piacát látják. Úgy vélik, hogy elsősorban nem az egyes szolgáltatások, hanem a szolgáltatók által kínált különböző szolgáltatás-csomagok versenyeznek egymással. A mobil szolgáltatók között a szolgáltatók véleménye szerint mind kínálati, mind keresleti szempontból helyettesítés van, míg a kínálati helyettesítés a vezetékes

szolgáltatók oldaláról nem állhat fenn. A mobil és vezetékes szolgáltatások keresleti helyettesítésével kapcsolatban általánosnak tekinthető az a vélemény, hogy a vezetékes szolgáltatások csak korlátozott mértékben képesek helyettesíteni a mobil szolgáltatásokat. Kiemelhető az LTO szövetség tagjainak álláspontja, mely szerint a hívásvégződtetés tekintetében – a helyettesítés lehetetlensége folytán – minden egyes mobil hálózat külön piacot alkot, azaz a hívásvégződtetés tekintetében a mobil szolgáltatók gyakorlatilag monopolhelyzetben vannak.

6. Közgazdasági elemzés és következtetések

6.1. Bevezetés

6.1.1. Érintett piac

Az érintett piac a versenyjog központi kategóriája. Azt fejezi ki, hogy a gazdasági verseny soha sem általában, hanem minden esetben konkrét áruk előállítói, forgalmazói között és egy bizonyos földrajzi területen folyik. Fogalmát a tisztességtelen piaci magatartás és versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (Tpv.) 14. §-a következőképpen definiálja⁶³:

(1) Az érintett piacot a megállapodás tárgyát alkotó áru és a földrajzi terület figyelembevételével kell meghatározni.

(2) A megállapodás tárgyát alkotó árun túlmenően figyelembe kell venni az azt – a felhasználási célra, az árra, a minőségre és a teljesítés feltételeire tekintettel – ésszerűen helyettesítő árukat (keresleti helyettesíthetőség), továbbá a kínálati helyettesíthetőség szempontjait.

(3) Földrajzi terület az, amelyen kívül

a) a fogyasztó nem, vagy csak számottevően kedvezőtlenebb feltételek mellett tudja az árut beszerezni, vagy

b) az áru értékesítője nem, vagy csak számottevően kedvezőtlenebb feltételek mellett tudja az árut értékesíteni.

Az érintett piac meghatározására a versenyfelügyeleti eljárások során azért van szükség, hogy fel lehessen mérni adott versenycselekmények gazdasági versenyre gyakorolt hatását. A versenyfelügyeleti eljárások során azonban a piac-meghatározás soha nem önmagában való cél, hanem mindig csak eszköz annak eldöntéséhez, hogy a vizsgálat tárgyát képező esemény (valamely cselekmény, magatartás vagy piaci struktúra-változás) kifejt-e valamilyen negatív hatást a versenyre, és ha igen, akkor ez milyen mértékű.

A törvény megfogalmazásából következik, hogy az érintett piac mindig egy árucsoport és egy földrajzi terület kombinációjaként határozható meg. Az árupiac meghatározásakor először azt kell felmérni, hogy fogyasztói oldalról az áru mennyire helyettesíthető más cikkekkel a felhasználási célra, árra, minőségre és szállítási feltételekre való tekintettel. A joggyakorlat szerint a keresleti helyettesíthetőségnek jellemzően szükséges feltétele a felhasználási cél azonossága, az áru jellemzői és ára tekintetében viszont adott esetben megengedett bizonyos szintű eltérés, ezek a helyettesítés lehetőségét nem zárják ki.

⁶³ A fogalmat a 14. § a megállapodásokhoz köti, mivel a versenykorlátozó megállapodások kapcsán vezeti be; a Tpv. további rendelkezései azonban egyértelművé teszik, hogy ezek a szabályok irányadóak más esetekben is, amikor az érintett piac meghatározása szükséges (pl.: kartell, erőfölényes és összefonódás engedélyezési ügyekben).

Második lépés a kínálati helyettesítés feltérképezése. Ennek az a feltétele, hogy más vállalkozások különösebb nehézség és pótlólagos költségek nélkül rövid idő alatt képesek legyenek termék-struktúrájuk átrendezésével megjelenni az adott piacon.

A földrajzi piac meghatározásakor a távolságból adódó pótlólagos költségek (szállítás, kapcsolattartás, információ-szerzés stb.) mérlegelésére van szükség; azt kell megállapítani, hogy mekkora az a terület, ahol a beszerzés/értékesítés még gazdaságosan megvalósítható.

6.1.2. Piac-meghatározás az ágazati vizsgálat keretében

A GVH célja a mobil rádiótelefon szolgáltatás ágazatában a Tpv. 36/A. § alapján indított ágazati vizsgálattal az volt, hogy feltárja az ágazat versenyviszonyait, felmérje a piaci folyamatok irányát, és nem utolsósorban meghatározza az érintett piacot.⁶⁴

A számszerű elemzések elvégezhetősége érdekében a GVH különböző adatokat kért be a szolgáltatóktól. Mivel a cél nem a vállalatok működésének vagy annak hatékonyságának vizsgálata volt (termelési oldal), hanem a piaci viszonyok, azaz az értékesítési oldal feltérképezése, így a bekért adatok struktúrája is ehhez igazodott. A szolgáltatóknak az 1998. január és 2001. március közti időszakra vonatkozóan, havi bontásban az alábbi adatokat kellett a GVH rendelkezésére bocsátaniuk:

- Saját előfizetőknek nyújtott szolgáltatások díjsomagonként és összesítve
 - előfizetők száma, belépési díj, havi előfizetési díj
 - az egyes hívásfajták esetén külön-külön, csúcsidőn belüli és kívüli bontásban: hívásszám, perc, átlagos egységár (Ft/perc), bevétel
- Más szolgáltatóknak hálózati szolgáltatásként nyújtott szolgáltatások
 - a szolgáltatók csoportjaira külön-külön, csúcsidőn belüli és kívüli bontásban: hívásszám, perc, mobil rész átlagos egységára (Ft/perc), bevétel
- Roaming szolgáltatás
 - belföldi és nemzetközi típus külön-külön, csúcsidőn belüli és kívüli bontásban: hívásszám, perc, átlagos egységár (Ft/perc), bevétel

Az ágazati vizsgálat keretében végzett piacelhatárolás és az egyes versenyfelügyeleti eljárások során végzett piac-meghatározás közti alapvető különbség, hogy míg előbbi egy általánosabb, addig utóbbi mindig a konkrét esethez kapcsolódik. Mivel a piac definíciója egyáltalán nem állandó, hanem a környezet változásával együtt változik, a piac-meghatározások sem lehetnek statikusak, hanem előre kell tekinteniük, állandó újraértelmezési lehetőséget nyitva. Különösen rugalmas megközelítésre van szükség egy olyan gyorsan változó iparágban, mint a telekommunikáció. A jelentésben olvasható, a piac-meghatározásra vonatkozó elemzés sem tekinthető tehát egy abszolút mércének, csak kiindulópontként szolgálhat a későbbiekben a GVH és egyéb szervek jogalkalmazói munkája során, illetve a piaci szereplők számára.

⁶⁴ Ennek érdekében a GVH felkérte a *Magyar Tudományos Akadémia Közgazdaságtudományi Kutatóközpontját*, hogy együttműködésével segítse hozzá ahhoz, hogy megfelelő áttekintést kapjon a magyarországi mobil rádiótelefon ágazat piaci struktúrájáról, az ágazat érintett piacairól. A megbízás kiterjedt az ágazati vizsgálat során biztosított személyes konzultációs sorozatra, illetve az egyes érintett vállalkozásoktól bekért forgalmi és egyéb adatok feldolgozásával az ágazat érintett piacainak elkülönítését elősegítő átfogó elemzés elvégzésére.

6.2. Módszertan

6.2.1. A piac-meghatározás főbb szempontjai, módszertani korlátok

Az elemzésben felhasznált módszerek között szerepel a piacok kvalitatív elemzése, a résztvevők viselkedésének elemzése és ennek alapján a piacok szerkezetének és egymás közti viszonyának elemzése.

A kvantitatív módszerek, amelyek az elemzés lényegi részét képezik, például a piacok vizsgálatánál gyakran használatos rugalmasságok becslését, az ármozgások alakulását, az alkalmazkodási sebességek vizsgálatát, vagy akár a reziduális kereslet regressziós vizsgálatát foglalhatnák magukba. Azonban az, hogy egy adott vizsgálati módszer használható-e, illetve használata esetén milyen megbízhatóságú eredményeket kaphatunk, nagymértékben függ az adatok minőségétől és az idősorok hosszától. A piac jellege (változások sebessége) és az adatok minősége határozza meg, hogy milyen módszereket lehet használni. A mobil ágazat gyors változásai, illetve az ágazati vizsgálat során begyűjtött adatok minősége nem minden esetben engedték meg, hogy a GVH az adott esetben optimálisnak tartott módszer szerinti elemzést végezze el. Ilyen esetben ki kellett választani az optimális kimenethez legközelebbi eredményt biztosító metódust – alkalmazkodva az adatok diktálta realitáshoz. Az elemzés megfelelő pontjain a jelentés utalni fog arra, hogy milyen esetben milyen módszer használata volt lehetséges.

A piac-meghatározás szempontjából az elektronikus kommunikáció különböző területei nem tekinthetők egyformáknak. A technológiai fejlettség, a választék, az innovációk megjelenése, a fogyasztói magatartás kialakult normái, a minőség stb. kérdéseiben valószínűleg más eljárások felelnek meg a vezetékes távközlés és mások a mobil távközlés piacelemzésénél.

6.2.2. A hipotetikus monopolista teszt⁶⁵

A piac-meghatározás kiindulópontja általában a piaci szereplőket érintő korlátok számbavétele. A cégek viselkedését meghatározó korlátot jelent a keresleti és a kínálati oldalon fellépő helyettesíthetőség. Különösen az árazási döntéseiknél a vállalkozásoknak figyelembe kell venniük, hogy fogyasztóik mennyire könnyen vagy nehezen juthatnak hozzá helyettesítő termékekhez. A keresleti oldalon a helyettesíthetőség vizsgálatánál meg kell határozni a termékek azon csoportját, amelyen belül a fogyasztó úgy véli, hogy helyettesíteni tud. A meghatározás egyik lehetséges módja egy gondolat-kísérlet, amelyben egy kicsiny (5-10%-os), de már érzékelhető mértékű és nem átmeneti jellegű relatív áremelkedést feltételezünk, és vizsgáljuk a fogyasztók erre adott válaszát. A válasznak relatíve gyorsnak kell lennie, a keresleti helyettesíthetőségnél a helyettesítő terméknek már a piacon kell lennie. Amennyiben helyettesítés következik be, és ezáltal az áremelés nem válik kifizetődővé (az áremelőt veszteség éri), akkor további termékeket lehet keresni mindaddig, amíg az áremelés profitábilissá válik. A kiinduló árat általában a piacon meglévő árak adják, természetesen figyelembe kell venni, hogy a meglévő ár esetleg már domináns pozícióból megemelt árat jelent.

⁶⁵ Ez az ún. SSNIP (small, but significant, non-transitory increase in price) teszt.

A hipotetikus monopolista teszt alkalmazása javasolt legtöbbször a piac-meghatározás céljára, bár elsősorban a nagyon differenciált termékek, szolgáltatások esetén fennáll annak a veszélye, hogy a piacot túl szűken határozzák meg, és ezáltal ott is piaci hatalom jelenlétét feltételezik, ahol pedig nincs. A gyorsan változó, technológiailag gyakran megújuló iparágak esetén hasonló a helyzet.

A kínálati oldalon mutatkozó helyettesíthetőségénél fontos szempont a hatékonyság és az alkalmazkodás relatív gyorsasága. Feltétel, hogy a termelés, előállítás, szolgáltatás megszervezése rövidtávon, lényegesebb költségtöbblet nélkül megoldható legyen. Ha ez teljesül, akkor valóban hatékony korlátot támaszt a kínálati helyettesítés az áremeléssel szemben.

6.2.3. Rugalmasságok vizsgálata

A piac meghatározásának egyik módszere a *kereslet-elemzés*. A helyettesíthetőség vizsgálatát megalapozó kereslet-elemzések a vezetékes távközlésben már régóta alkalmazást nyertek. A kereslet-elemzés két hagyományos mérőszámának – az ár- és jövedelemelaszticitásnak⁶⁶ -- a hozzáférés, valamint a használat különböző típusai szerinti mértékeiről nagy általánosságban a következő kép alakult ki: A távközlési szolgáltatások iránti kereslet árrugalmassága általában abszolút értékben 1 alatt marad, úgy, hogy a hozzáférés iránti kereslet a legkevésbé rugalmas az árváltozásokra, míg a beszélgetéseknél az árrugalmasság a távolság függvényében (helyi, távolsági, nemzetközi hívások) egyre nő.

Az árrugalmasságok 1 alatti értéke a szolgáltatások iránti kereslet meglehetősen rugalmatlanságát jelzi, bár a távolsági és nemzetközi hívásoknál az árrugalmasság az 1

⁶⁶ **Kereslet árrugalmasság (ϵ):** a jószág árának 1%-os változása hány %-os változást eredményez a keresett mennyiségben, miközben a többi tényező változatlan (milyen mértékben reagál a kereslet mennyisége az ár változására).

Ha $|\epsilon| < 1$, akkor árrugalmatlan (az ár %-os csökkenése a mennyiség olyan kis mértékű %-os növekedését idézi elő, hogy az összbevétel csökken).

Ha $|\epsilon| = 1$, akkor egységnyi árrugalmasságú, azaz ha 1%-kal változik az ár, 1%-kal változik a kereslet (az ár %-os csökkenése a mennyiség pontosan ezt ellensúlyozó %-os növekedését eredményezi, így az összbevétel változatlan).

Ha $|\epsilon| > 1$, akkor árrugalmas (az ár %-os csökkenése a mennyiség olyan mértékű %-os növekedését idézi elő, hogy az összbevétel ténylegesen nő).

Az árrugalmasságra ható tényezők:

A termék helyettesíthetősége: minél több helyettesítője van egy terméknek, annál rugalmasabb a kereslete.

A helyettesítő termék árának közelsége: ha egészen más az árfekvés, akkor az árrugalmasság is kisebb.

Az átállásra rendelkezésre álló idő.

A termék árának nagysága a fogyasztó összjövedelméhez képest: minél nagyobb részt képvisel, annál nagyobb a rugalmassága.

Jövedelemrugalmasság: a jövedelemváltozásnak az egyes termékek keresletére való hatása.

Jellemzően az alapvető cikkek (pl. élelmiszer) jövedelemrugalmassága pozitív.

Kereszt-árrugalmasság: egyik termék kereslete hogyan reagál valamely más termék árváltozására.

Helyettesítő termékről beszélünk, ha a kereszt-árrugalmasság pozitív; kiegészítőről, ha negatív. Ha a kereszt-árrugalmasság nulla, akkor két termék kereslete független egymástól.

közelébe kerülhet. Az egyéni előfizetők keresletének ár rugalmassága általában meghaladja az üzleti előfizetőkét. Az elaszticitásokat hosszú és rövidtávra egyaránt érdemes kiszámolni, a hosszú távúak rendszeresen nagyobb értékeket adnak, mint a rövidtávúak, ami a fogyasztói szokások átalakulásának viszonylag hosszabb időtartamára utal.

A távközlési szolgáltatások iránti kereslet jövedelemrugalmasságaira az ár rugalmasságokénál nagyobb értékek a jellemzőek, vagyis a telefon iránti kereslet nagy általánosságban az árváltozásokra kevésbé érzékenyen reagál, mint a jövedelemváltozásokra. A jövedelemrugalmasságoknál ismételten a hozzáférés a legkevésbé rugalmas tényező. A helyi hívásoknál 1 körüli, a távolsági és a nemzetközi hívásoknál már jelentősen 1 feletti értékeket is találhatunk.

A kereslet elemzésével foglalkozó írások többsége az árváltozásokra történő keresleti reakciók vizsgálatánál nem tesz különbséget az árváltozások pozitív vagy negatív iránya között, vagyis az ár növekedésre és az ár csökkenésre adott fogyasztói válaszokat azonosnak vélik. Egyes tanulmányok kimutatták, hogy a fogyasztók negyede-harmada nincs tisztában azzal, hogy a telefonszámok változtak, különösen pedig azt nem érzékelik, hogy az egyes díjtételek hogyan mozdultak el, azaz elsősorban a telefonszámla egészének alakulása befolyásolja magatartásukat.

A vezeték nélküli távközlésben hosszú időszak adataira alapozva, sok megszorítással, de kialakult néhány hüvelykujj-szabály a rugalmasságok tekintetében. Az érett, nem új keletű ágazatokban még a számított keresztrugalmasságok hiányában is kialakul valamilyen elképzelés a helyettesítő termékek köréről. A magasan fejlett technológiájú, gyorsan változó, új ágazatoknál a helyettesítési viszonyok vizsgálata sokkal több nehézséggel jár. Megbízható, irányadó keresztrugalmassági adatok nincsenek, maguk a számításokhoz szükséges információk is gyakran hiányoznak.

6.2.4. Idősorelemzés lineáris regresszióval

A statisztika sok idősorelemzési modellt és módszert dolgozott ki fejlődése során. Ezek közül az egyik a trendszámítás, amely a kereslet-elemzés mellett felhasználható másik elemzési módszer. Ha feltételezzük, vagy esetleg tudjuk, hogy a megfigyelt idősor valamilyen analitikusan jól leírható függvény szerint alakul, akkor a cél e függvény meghatározása. Ez az analitikus trendszámítás, amely lehet lineáris és nemlineáris. Jelen esetben a lineáris trendszámítás segítségével történt az elemzés.

Ugyanakkor, ha feltételezzük ugyan a tartós irányzat létét, de nem feltételezzük, hogy az analitikus függvénnyel leírható (például, mert szezonális ingadozások jellemzik), akkor a trend az idősor különféle átlagolásával állítható elő. Ez a mozgóátlagolású trendszámítás. A mozgóátlagolású trendszámítás lényege, hogy az idősor t -edik eleméhez úgy rendelünk trendértéket, hogy átlagoljuk az idősor t -edik elemének bizonyos környezetében lévő elemeket. Például, 3 tagú mozgóátlagolás esetén a t -t megelőző értéket és az azt követő értéket vesszük bele az átlagba.

Míg az idősorelemzés a jelenségek időbeli alakulását írja le, addig a (két-, illetve többváltozós) regresszió- és korrelációs számítás azt vizsgálja, hogy a bekövetkezett állapot

milyen tényezők hatására jött létre. A regressziószámítás az összefüggésekben lévő sztochasztikus⁶⁷ tendenciát vizsgálja, és azt valamilyen függvénnyel le is írja.

A jelentésben az idősorokra – ahol lehetett – lineáris trendet illesztettünk. A trendszámítás arra szolgál, hogy kiküszöbölje a folyamatból a véletlen és rövidtávú hatásokat, így a trendvonal leírja a hosszú távú folyamat jellemzőit. A trendvonal mellett található egyrészt a trend egyenlete, másrészt az R^2 mutató. Az egyenletben a konstans tag azt mutatja, hogy a vizsgált időszak elején mekkora volt a trend szerint az adott változó értéke, az időváltozó együttthatója pedig azt, hogy mennyivel változott a vizsgált változó egy hónap alatt a trend szerint. Például, a 3. ábrán (Bevétel/előfizető mutató a mobilpiacon) a postpaid piac idősorának trendegyenlete: $y=15,997x+6924$. Ez azt jelenti, hogy az időszak elején, azaz 1998 januárjában az egy előfizetőre jutó átlagos bevétel 6924 Ft volt, ami aztán havonta 15,997 Ft-tal (kb. 16 Ft-tal) emelkedett.

Az R^2 mutató (determinációs együtttható) azt mutatja, hogy a trend a változó szóródásából hány százalékot magyaráz meg, a változók közötti kapcsolat erősségét méri, illetve a regresszió-függvény illeszkedésének jóságát mutatja. Az R^2 értéke 0 és 1 között alakul. Minél magasabb az érték, annál jobban illeszkedik az idősor a trendhez. A 0,5 fölötti értékek már elég magasnak tekinthetők, a 0,7-0,8 fölöttiek pedig rendkívül magasnak.

6.2.5. Korreláció-analízis

Az elvben felhasználható módszerek közül az ármozgások alakulásánál lényeges az egyes termékek árai közötti korreláció vizsgálata. Ennek a vizsgálatnak az adatigénye nem túl nagy, ezért elvégezhető az adott esetben. A problémát az okozhatja, hogy az egyes árak alakulását közös tényezők befolyásolják, amelyeket esetleg nehéz kiszűrni.

A lineáris korrelációs együtttható két ismérv közötti lineáris kapcsolat szorosságát méri, előjele a kapcsolat irányára utal. Mindig -1 és 1 közötti értéket vesz fel, százalékosan nem értelmezhető, szemben R^2 -tel. Ha a lineáris korrelációs együtttható értéke -1 vagy 1, akkor az ismérvek között függvényszerű a kapcsolat; ha 0, akkor nincs lineáris kapcsolat az ismérvek között.

A korrelációs mátrix értelmezése szerint minden cellában az adott sorhoz tartozó ár és az adott oszlophoz tartozó ár közötti korrelációs együtttható van. Tehát például a 4. táblázat első oszlopának (ha csak a számokat tartalmazó oszlopokat tekintjük) második sorában (0,86) a W900 pre- és a W900 postpaid ára közötti korrelációs együtttható található. A főátlóban mindenhol 1 van, mert bármilyen változó tökéletesen korrelál önmagával. A mátrix pedig szimmetrikus, mert a korrelációs együtttható nagyságát nem befolyásolja a változók sorrendje, ezért elég a mátrixnak csak az egyik felét kitölteni.

⁶⁷ Sztochasztikus egy kapcsolat, ha két ismérv nem független egymástól, de nem is függvényszerű a köztük lévő kapcsolat.

6.3. Retail piac

6.3.1. A retail piac fogalmi meghatározása

Első megközelítésben a mobil szektort két részre oszthatjuk, retail és wholesale szegmensre.⁶⁸ A retail szegmens alatt azon szolgáltatások összességét értjük, amelyeket a szolgáltatók a velük előfizetéses szerződéses viszonyban álló ügyfeleknek nyújtanak. Ennek formája lehet postpaid előfizetés, azaz az igénybevételi díjat utólag fizető megoldás, vagy prepaid előfizetés, amikor az ügyfél az igénybevételi díjat előre fizeti.⁶⁹ A wholesale szegmens – mellyel részletesebben a következő fejezet foglalkozik – azokat a szolgáltatásokat takarja, amelyeket a szolgáltatók a társszolgáltatóknak, illetve közvetve azok előfizetőinek nyújtanak.

A két szegmens elkülönítését több tényező is indokolja. Magyarországon ugyan nincsen példa arra, hogy egy vállalat csak az egyik szegmensben működjön (bár a Vodafone piacra lépésének korai szakaszában, amikor még nem rendelkezett saját hálózattal, és forgalmának nagy részét más mobilszolgáltatók hálózatán bonyolította, tulajdonképpen csak a retail piacon tevékenykedett), de mindkét szegmensben létezik gazdasági tevékenység, és az egyes szegmensek jellemzői is eltérőek. A mobil szolgáltatások piacán jellemző vertikálitásra törekvés azt is sugallja, hogy a két piac között adott esetben lehetőség lehet arra, hogy az egyik kialakult piaci hatalmat a vertikális szolgáltató a másikon is érvényesítse. A két szegmens külön kezelése tehát a vertikális kapcsolatok tisztázását is elősegítheti.

A retail és wholesale piacok különbözőségét a hipotetikus monopolista teszttel lehet alátámasztani. A keresleti oldalon nyilván nem igazán erős a helyettesítés, hiszen a fogyasztó nem tudja a wholesale piacon beszerezni az általa igényelt szolgáltatásokat. A kínálati helyettesítés megítélése kicsit problémásabb. Egy retail szolgáltató ebben a megközelítésben csak a retail piacon tevékenykedik, azaz nem rendelkezik hálózattal, azt csak bérlő a wholesale szolgáltatótól, aki viszont csak a wholesale piacon van jelen, tehát csak a hálózat kiépítésével, üzemeltetésével és hasznosításával foglalkozik. Ha ilyen piaci struktúra esetén a monopolista wholesale szolgáltató árat emel, a retail szolgáltató nem lesz képes belépni a wholesale piacra, mert ahhoz ki kellene építenie a hálózatot, ami egyrészt nagyon sokba kerül, jelentős elsüllyedt költségekkel, másrészt igen időigényes folyamat. A másik oldalról azonban korlátozott helyettesítés elképzelhető. Ha ugyanis a retail piacon következik be egy kismértékű, de érzékelhető és nem átmeneti jellegű áremelés, akkor a wholesale szolgáltató esetleg be tud lépni oda. Természetesen ez is jelentős költségvonzattal jár (marketing, értékesítési hálózat kiépítése stb.), így egyáltalán nem egyértelmű, hogy ez a belépés akár középtávon is gazdaságos lenne, ennek ellenére ezt a típusú belépést nem lehet egyértelműen kizárni. A keresleti helyettesítés hiánya és a kínálati helyettesítés lehetőségének

⁶⁸ A retail szó magyarul kiskereskedelmet jelent, míg a wholesale jelentése nagykereskedelem. A jelentésben azonban, mint az a fogalmi meghatározásokból is kitűnik, nem szó szerinti jelentésük értelmében használjuk őket, így az értelmezési problémák elkerülése érdekében következetesen az angol kifejezéseket fogjuk alkalmazni.

⁶⁹ Az előfizetés hagyományos értelemben a postpaid típus esetében lenne használható (a prepaid típust „kártyás” mobiltelefonként jellemzi a köznapis szóhasználat), ám jelen esetben az előfizetés – és előfizető – kifejezéssel azt a szerződéses viszonyt értjük, amelyben a szolgáltató valamely olyan ügyfélnek biztosít szolgáltatást, aki kizárólag a saját céljaira használja azt fel.

aszimmetrikus, korlátozott volta pedig éppen azt bizonyítja, hogy a két szegmens két elkülönült piacot alkot.

6.3.2. Igénybevételi szolgáltatások, termék(ek) a retail piacon

A retail piac elemzése során a GVH számba vette a Magyarországon elterjedt mobil rádiótelefon technológia révén nyújtható szolgáltatásokat, és ezek piaci elterjedtségéhez, jelentőségéhez igazodva alakította ki az egyes szolgáltatásokra vonatkozó vizsgálat mélységét. Ennek alapján alakult ki az a helyzet, hogy a részletes elemzés gyakorlatilag kizárólag a mobil technológia segítségével biztosított beszédátviteli szolgáltatásokra vonatkozóan került elvégzésre. A szolgáltatások részletezése során a jelentés jelzi ugyan külön, hogy az adatátviteli és egyes értéknövelt szolgáltatások is részét képezik a mobil szolgáltatók által felkínált szolgáltatási portfóliónak, ám azok elterjedtsége egyrészt nem éri el a beszédátviteli szolgáltatásokét⁷⁰, vagy olyan szorosan kapcsolódnak ahhoz, hogy elkülönített elemzésnek nem lenne értelme.⁷¹ Kilog a sorból az SMS szolgáltatás, amely jelentős elterjedtségnek örvend a fogyasztók körében.

A részletes elemzés bemutatása előtt külön kell szólni arról a körülményről is, hogy a jelentés nem foglalkozik külön az ún. GSM adapterek révén biztosított szolgáltatással, illetve egyéb nem a személyes kommunikációt kiszolgáló ún. ipari GSM szolgáltatás(ok)kal és ezen szolgáltatások révén generálódott forgalom arányával. A GSM adapter segítségével az üzleti fogyasztóknak nyújtott szolgáltatásról annyit fontos kiemelni, hogy adott – jellemzően nagyforgalmú – ügyfelek vezetékes telefonkészülékeiről a mobil hálózat(ok)ba irányuló forgalmat az említett adapter segítségével a mobil szolgáltató gyűjti össze és juttatja el a hívott mobil előfizető részére. Ez a szolgáltatási típus a részletes adatfelvétel időszakának – azaz 1998-2001. között – a végére vált jelentős tényezővé, és jelenleg valószínűsíthetően már említésre méltó súllyal rendelkezhet adott mobil szolgáltató forgalmában. A szolgáltatási típus részletes piaci hatásainak felmérésére tehát a rendelkezésre álló információk alapján ugyan nem volt lehetőség, ám a GVH a jövőbeni munkája során figyelembe veszi a piaci változásokat.

A retail piac tehát az előfizetőknek nyújtott szolgáltatások összességét jelenti. Ez a kategória az alábbi szolgáltatásokat foglalja magába:

1. Hozzáférés
2. Belföldi rádiótelefon hívás
 - a) Belföldi hanghívás kezdeményezése saját hálózatba
 - b) Belföldi hanghívás kezdeményezés másik mobil hálózatba
 - c) Belföldi hanghívás kezdeményezés vezetékes hálózatba
 - d) Belföldi hanghívás fogadása saját mobil hálózatból
 - e) Belföldi hanghívás fogadása másik mobil hálózatból
 - f) Belföldi hanghívás fogadása vezetékes hálózatból
3. Nemzetközi mobil rádiótelefon hívás

⁷⁰ Lásd, pl.– az SMS kivételével – az adatátviteli szolgáltatásokat.

⁷¹ Ilyen pl. az értéknövelt szolgáltatások egy része.

- a) Nemzetközi hanghívás kezdeményezése Magyarország területéről
 - i. PSTN hálózaton keresztül
 - ii. IP-hálózaton keresztül (VoIP)
- b) Nemzetközi hanghívás fogadása
- 4. Nemzetközi roaming szolgáltatás nyújtása a saját előfizetők részére
- 5. Adatátviteli szolgáltatások
 - a) SMS (rövid szöveges üzenetküldési lehetőség)
 - b) WAP (mobiltelefonra kifejlesztett, korlátozott Internet-elérés)
 - c) fax
 - d) DATA, GPRS
 - e) e-mail, fájl-transzfer
- 6. Értéknövelt, kiegészítő szolgáltatások
 - a) Információs szolgáltatások
 - b) Híváskezelő szolgáltatások
 - c) Számlázási szolgáltatások
 - d) Egyéb távközlési szolgáltatások
 - e) Egyéb nem távközlési szolgáltatások

A felsorolt szolgáltatásokról azonban nem jelenthető ki egyértelműen, hogy ezek lennének a piacon a termékek. A fogyasztói igényeket és szokásokat vizsgálva éppen arra a következtetésre juthatunk, hogy célszerűbb a fenti szolgáltatásokból kialakított csomagokat tekinteni termékeknek, és ezek piacait elemezni, semmint az egyes szolgáltatásokét. Ezt az állítást a keresleti helyettesítés lehetőségének, illetve a tényleges helyettesítés mértékének feltérképezésével lehet alátámasztani.

Ha a piacot szolgáltatásonként külön értelmeznénk, akkor az derülne ki, hogy csak a mobil szolgáltatásokhoz való hozzáférés esetén lehetne egy olyan piacot definiálni, amely az összes cég szolgáltatásait magába foglalja. A többi szolgáltatás piacán ugyanis a fogyasztók nem tudnának a különböző cégek szolgáltatásai közül választani – hiszen csak az egyikkel állnak előfizetéses kapcsolatban –, vagy a helyettesítésnek magasak lennének az átállási költségei – egy másik szolgáltatónál (is) kellene hozzáférést, SIM-kártyát venniük –, ami a helyettesítést valószínűleg gazdaságtalanná tenné. Ez azt eredményezi, hogy ilyen feltételezések mellett minden szolgáltató monopolista lenne a saját, nem hozzáférési szolgáltatásainak piacain, mivel a helyettesítés korlátozott, illetve költséges volta miatt az előfizetők valószínűleg elfogadnák, ha a szolgáltató ezeken a piacokon egy kismértékű, de érzékelhető, nem átmeneti jellegű áremelést hajtana végre.

A fenti okfejtés azonban nem egészen helytálló. A hipotetikus monopolista áremelési szándékait az új belépők korlátozhatják; a fogyasztók ugyanis általában nem önmagában hozzáférési szolgáltatást keresnek, az csak a többi szolgáltatás igénybevételének előfeltételét jelenti számukra.⁷² A hozzáférésről szóló döntések meghozatalakor a vásárlók elsősorban nem

⁷² Ez természetesen nem jelenti azt, hogy a hozzáférési piacot ne lehetne önállóan értelmezni. A technikai fejlődéssel ugyanis könnyen előállhat egy olyan helyzet, hogy valaki egy adott társaság előfizetője, de egy GVH jelentése a mobil rádiótelefon szolgáltatás ágazatában indított vizsgálatról – Közgazdasági elemzés és következtetések

a hozzáférés árait és egyéb jellemzőit mérlegelik, hanem az egyes csomagokhoz tartozó egyéb szolgáltatások választékát és árait tekintik fő szempontnak. A hozzáférés a fentiek alapján tehát jelenleg nem választható el a többi szolgáltatástól. Ez azonban csak addig igaz, amíg (i) a vállalatok nem változtatják jelentősen áraikat azok számára, akik már előfizettek, illetve (ii) a technológiai fejlődés nem teszi lehetővé azt, hogy valamely vállalat egy másik szolgáltató előfizetőinek is nyújthasson szolgáltatást. Az első esetben ugyanis ez a lépés lehetetlenné tenné, hogy a csomagok közti választáskor a percdíjak közül is hatékonyan válasszunk, míg a második esetben az előfizetői szerződés megkötése nem korlátozná a szolgáltatók közti választást az egyéb szolgáltatások tekintetében. Egyelőre ugyan semmilyen jel nem utal arra, hogy ezekben a feltételekben a közeljövőben gyökeres változás következne be, azonban szem előtt kell tartani ezt a lehetőséget is, hiszen a piac soha sem állandó, a környezet változásával együtt változik, így definícióját is ahhoz kell alakítani.

Összefoglalásként tehát megállapíthatjuk, hogy Magyarországon a mobil szolgáltatók a kialakított szolgáltatás-csomagok piacán versenyeznek egymással, és a vizsgált időszakban a versenyt főként az új belépők éltetik. Ez azt is maga után vonja, hogy a penetráció⁷³ növekedésével a verseny intenzitása az áremelést korlátozó hatása tekintetében csökken, mert a percdíjak növelése a korábbi ügyfelekre kevésbé van hatással, mint az új belépőkre (előbbieket szabad választását a megkötött előfizetés korlátozza). A közelmúlt brit tapasztalatai azonban azt mutatják, hogy bizonyos szintű penetráció elérése után a szolgáltatók stratégiát váltanak; az előfizetős szám növelése helyett – ami azzal jár együtt, hogy egyre kevésbé jövedelmező ügyfelek lépnek be a piacra – inkább az egy előfizetőre eső bevételeik növelését tűzik ki célul. Ez a stratégiaváltás járhat azzal, hogy a verseny addigi területének központja – amely az új belépők megszerzése érdekében jellemzően az árversenyben öltött testet – áthelyeződik a szolgáltatásbővítés és a minőségfejlesztés területére, és hangsúlyosabbá válik az előfizetők lojalitásának erősítése.⁷⁴ A lojalitás növelésére irányuló stratégiát önmagában nem lehet pozitív vagy negatív értékeléssel ellátni, az a versenyző magatartásra utaló jellemzők mellett akár a hozzáférés megnehezítésén keresztül versenykorlátozó hatásokkal is járhat. Mivel az előfizetős szám a jelen pillanatban is növekszik – bár lassuló ütemben –, ezért a majdani piaci hatásokkal járó esetleges szolgáltatói stratégiát a GVH részletesen nem elemzi. Felhívja ugyanakkor a hivatal a figyelmet arra, hogy a versenyviszonyok fenti változása járhat egyrészt azzal a hatással, hogy a piaci szereplők egyszerűen más területre helyezik a verseny hangsúlyait, másrészt azzal is, hogy olyan – a verseny intenzitását csökkentő – piaci hatalmi helyzetek jöhetnek létre, amelyek a mai napon még nem megfigyelhetők. Fontos továbbá annyit megjegyezni, hogy a jelzett változások esetleges jövőbeni vizsgálata során egészen biztosan jelentőséggel bírhat az a körülmény, hogy adott fogyasztói csoportokban milyen hajlandóság lehet a mobil technológia révén biztosított szolgáltatások különböző szolgáltatótól való elérésére.

Bizonyos esetekben az elmondottak ellenére is érdekes lehet az egyes szolgáltatások közötti helyettesítés vizsgálata. Ez alatt azon szolgáltatások közötti helyettesítési viszonyok

másikon keresztül indít hívásokat, például előhívó-szám tárcsázásával. A szétválasztásnak tehát van értelme, legfeljebb a jelenlegi magyar szabályozási és technikai környezet által meghatározottan még nincs gyakorlati példa erre.

⁷³ A penetráció szó a mobil szolgáltatás elterjedtségét jelenti.

⁷⁴ Ehhez az állításhoz fontos hozzátenni azt is, hogy a szolgáltatásbővítés, minőségfejlesztés és a lojalitás növelése jelen pillanatban is fontos terepe a hazai mobil rádiótelefon szolgáltatók stratégiájának, ám értékelésünk szerint a piac vizsgált időszakban megfigyelhető fejlettségi fázisában nem ez foglalja el a központi szerepet.

feltérképezését kell érteni, amelyek egyazon csomag részét képezik. Helyettesítés ugyanis – korlátozott mértékben – ezek között is előfordulhat, sőt főként az érzékenyebb fogyasztók körében elő is fordul; ennek mértékét, jelentőségét azonban a jelen vizsgálat keretein belül nem lehetett felmérni. Ezzel kapcsolatban a nemzetközi tapasztalatok is hiányosabbak, a szokások még külföldön is kiforratlanok, és a bizonytalanságot a gyors technológiai változások következtében megjelenő egyre újabb és jobb szolgáltatások is fokozzák.

6.3.3. A retail piacon megfigyelhető trendek

Az ágazati vizsgálat keretében a GVH a piaci folyamatok felmérése érdekében számszerű adatokat is kért a szolgáltatóktól. A kérdőív – lévén, hogy a vizsgálat célja nem a szolgáltatók működésének bemutatása, hanem a piac feltérképezése volt – elsősorban árbevételi és forgalmi adatok megadását igényelte a legjellemzőbb szolgáltatás, a mobil hívások vonatkozásában. Ez az alfejezet a szolgáltatott információk statisztikai elemzésével elért, a retail piacra vonatkozó eredményeket mutatja be.⁷⁵

A mobil szektor jelentőségét a szolgáltatók által realizált összbevétel segítségével lehet érzékeltetni. Külön kiemelés érdemel, hogy ezen belül mekkora részt képviselnek a közcélú mobil rádiótelefon szolgáltatásból származó bevételek. Ezek az adatok az alábbi táblázatból láthatók.

1. táblázat: A mobil szolgáltatók bevételei, ezer Ft

		1998		1999		2000	
PGSM	Nettó árbevétel	64 598 711		78 852 768		103 221 087	
	Ebből közcélú	54 200 367	83,90%	68 943 523	87,43%	88 548 645	85,79%
Vodafone	Nettó árbevétel			475 084		11 142 389	
	Ebből közcélú			27 111	5,71%	5 515 794	49,50%
W900	Nettó árbevétel	78 491 635		108 703 768		152 952 163	
	Ebből közcélú	67 354 124	85,81%	93 396 784	85,92%	123 593 693	80,81%
W 450	Nettó árbevétel	14 726 632		15 124 119		13 040 213	
	Ebből közcélú	11 515 859	78,20%	10 941 930	72,35%	8 890 105	68,17%
Összesen	Nettó árbevétel	157 816 978		203 155 739		280 355 852	
	Ebből közcélú	133 070 350	84,32%	173 309 348	85,31%	226 548 237	80,81%

A vizsgálat során benyújtott – részleteiben nem nyilvános – adatok elemzése arra enged következtetni, hogy a bevételeken belül jelentős részarányt képviselnek a végződésért járó bevételek, bár részarányuk némileg csökkent. A saját hálózatba irányuló hívásokból származó bevételek általában nőttek, az arány a három év alatt majdnem megduplázódott. A saját hálózaton belüli forgalmon kívül a más mobil hálózatok felé irányuló forgalom egészében is

⁷⁵ A szemléltető grafikonokon az adatok minden esetben havi bontásban szerepelnek, és a bevételi illetve áradatok – kivéve, ahol külön jelöltük azok reál voltát – mindenütt nominális értékek.

növekedés figyelhető meg, ugyanakkor a vezetékes irányba tartó forgalom relatív súlya csökkent. A GVH arra próbált választ keresni, hogy ezeket a trendeket milyen tényezők okozhatták. Ehhez minden esetben meg kell vizsgálni az egy előfizetőre jutó árbevételt, az előfizetőnkénti összes beszélgetést, a hívások átlagos hosszát és az átlagos árszínvonal mutatót, és ezek alakulásából lehet következtetéseket levonni.

6.3.3.1. Az egy előfizetőre jutó árbevétel

Ez a mutató azt fejezi ki, hogy egy előfizető átlagosan mekkora bevételt generál a vállalat számára. Ennek különös jelentősége van stratégiai szempontból, hiszen a nagy bevételt hozó előfizetők sokkal értékesebbek a vállalatok számára, és fajlagosan kisebb költségeket is okoznak, mint kisebb forgalmú társaik. A rendelkezésre bocsátott adatok között található egyik piackutatás szerint a nagyobb bevételt hozó ügyfelek általában viszonylag régebben rendelkeznek mobiltelefonnal, és inkább üzleti célokra használják készüléküket.

2. táblázat: A mobiltelefon-előfizetők átlagos telefonhasználata a belépés éve szerint, %

	üzleti célú használat	magáncélú használat
1995 vagy korábban	67	33
1996	66	34
1997	56	44
1998	43	57
1999	32	68
2000	23	77

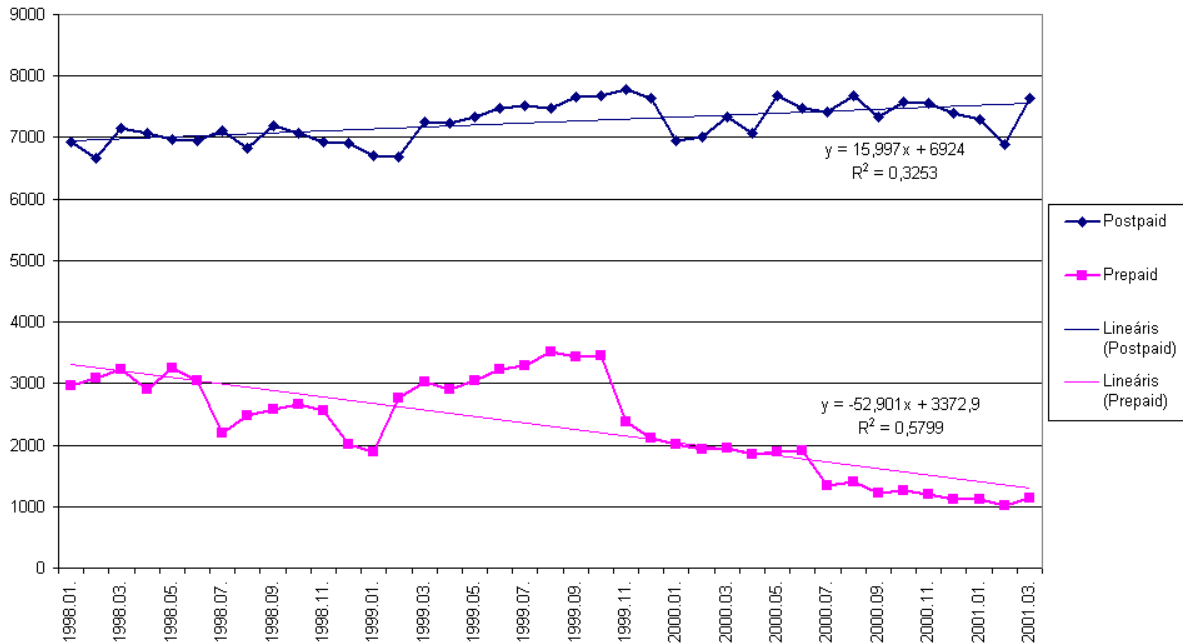
Forrás: GfK Hungária Piaci monitoring; 2000/1, 4. oldal

Az utóbbi időben azonban a vállalatok – saját bevallásuk szerint – csak a kevésbé értékes ügyfeleket tudják megszerezni, ami feltehetően kifejezésre jut az egy előfizetőre jutó bevétel alakulásában is. A következőkben az olvasható, hogy hogyan alakult ez a mutató az elmúlt három évben.

A mutató számításakor az összes forgalmi díjbevétel (postpaid csomagok esetén az előfizetési díjat is hozzáadva) került elosztásra az összes előfizető számával. A VIP csomagok előfizetői minden esetben figyelmen kívül maradtak, mivel nem állt rendelkezésre elegendő adat, így egyes szolgáltatóknál való figyelembevételük torzította volna a vállalatok közti összehasonlítást. A forgalmi díjbevétel kalkulálásakor a GVH korrekciókat alkalmazott annak érdekében, hogy az egyes csomagoknál nyújtott kedvezményeket is tükrözze a mutató.

Más országok tapasztalataihoz hasonlóan összességében komoly csökkenés tapasztalható az egy előfizetőre jutó bevételek tekintetében, ugyanakkor az is látszik, hogy karakterisztikus különbségek vannak az egyes vállalatok előfizetői között. Kérdés lehet, hogy a két alapvető szolgáltatástípus, a pre- illetve postpaid csomag hasonlóképp viselkedik-e.

3. ábra: Bevétel/előfizető mutató a mobilpiacon, Ft

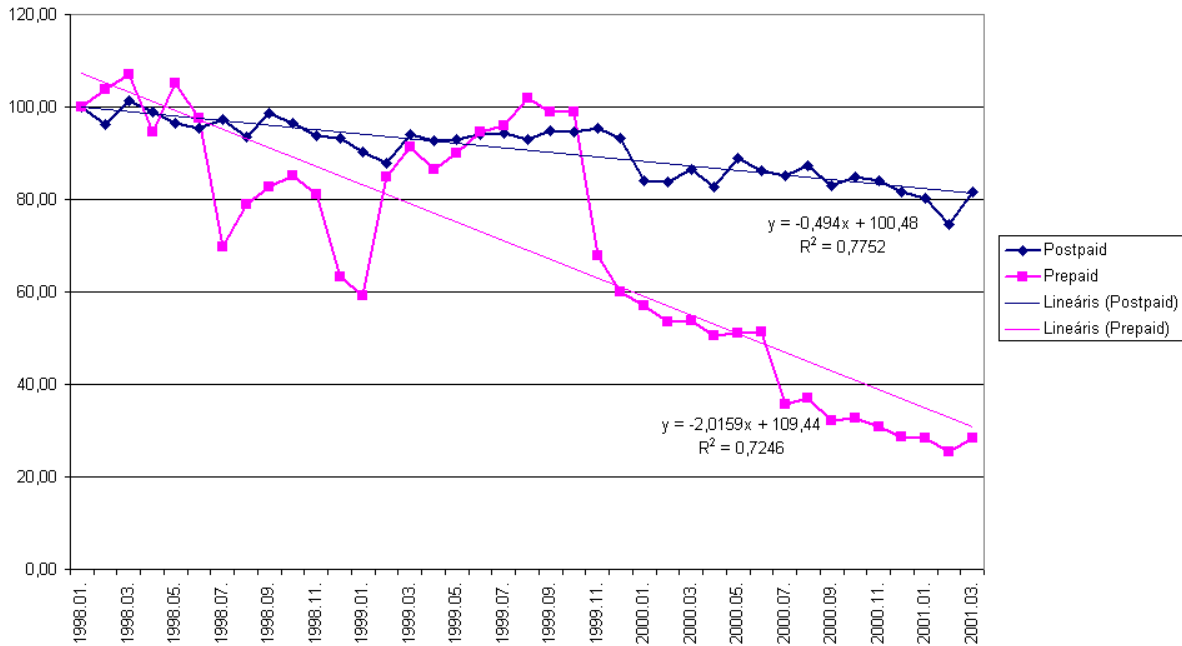


Az ábrából az látható, hogy a postpaid előfizetők sokkal magasabb bevételt hoznak szolgáltatójuknak, mint a prepaid előfizetők. A különbség 1998 elején még körülbelül kétszeres volt, 2001 elejére azonban hatszorosa nőtt. Ez oly módon alakult ki, hogy a postpaid előfizetők esetén a bevétel enyhén nőtt, a prepaid előfizetőknél viszont radikálisan, közel harmadára csökkent. A csökkenés oka valószínűleg nem az, hogy a régebbi előfizetők kevesebbet beszélnek, hanem abból adódik, hogy a prepaid szolgáltatások ára folyamatosan csökkent, és – részben ennek következtében – egyre kevesebbet beszélő, kevésbé értékes ügyfelek léptek be a piacra. Fontos azonban kiemelni a fentiek értelmezésekor, hogy az idősorok nominális adatokat tartalmaznak, és a postpaid piaci növekedés reálértéken már csökkenést jelent, a prepaid piacon pedig reálértéken még az ábrából leolvashatónál is erőteljesebb volt a csökkenés. A fogyasztói árindex-szel korrigált, a bevétel/előfizető mutatók reál értékének változását mutató grafikonok a 4. ábrán láthatóak.

Az ábrán jól látható, illetve a trendegyenletek is azt támasztják alá, hogy korábbi feltételezésünknek megfelelően az egy előfizető által generált bevétel reál értéken mind a postpaid, mind a prepaid piacon csökkenő tendenciát mutatott a vizsgált időszakban.⁷⁶

⁷⁶ A bevétel/előfizető mutató reál értékének változását az 1998. januári állapothoz viszonyítottuk. Az idősor adatainak számításakor a bevétel/előfizető mutató nominális változását osztottuk a KSH által közzétett, az azonos időszakra vonatkozó fogyasztói árindex (inflációs ráta) értékével.

4. ábra: A bevétel/előfizető mutató real változása (1998. jan.=100)



6.3.3.2. A perc/előfizető mutató

Az egy előfizetőre jutó bevétel változását elvileg három tényezőre lehet visszavezetni:

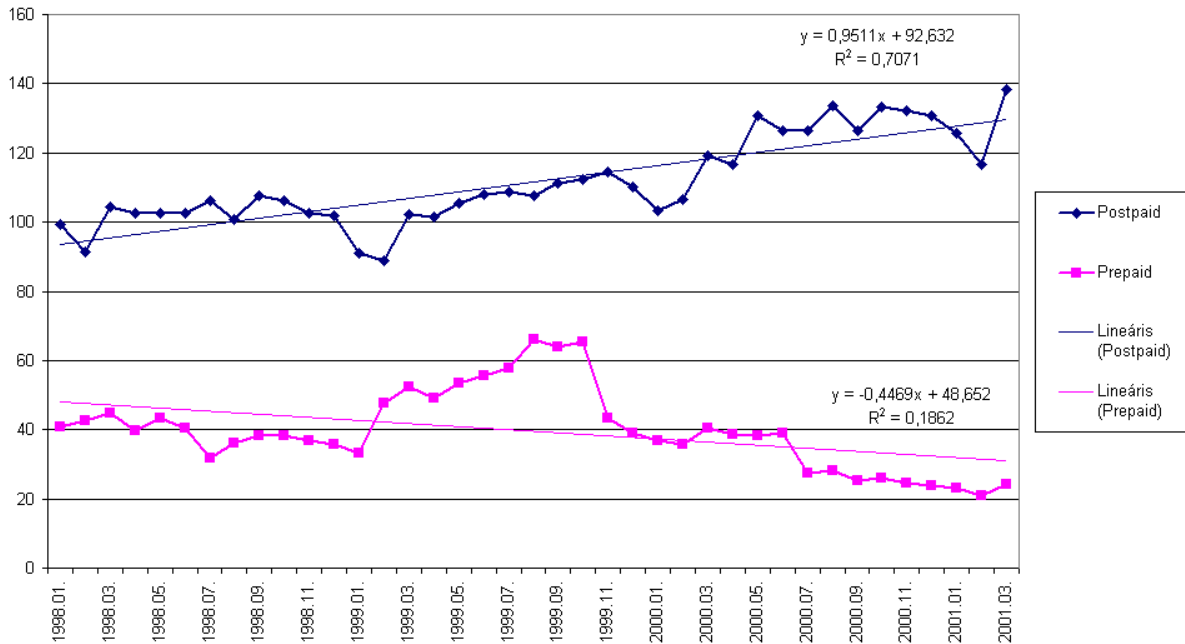
- az árak változására;
- az előfizetők összetételének változására (más típusú előfizetők belépésére); illetve
- az előfizetői szokások változására.

Ez és a következő alfejezet az előfizetőkkel kapcsolatos felvetéseket tartalmazza, míg az árak alakulásával a 6.3.3.4. alfejezet foglalkozik.

A perc/előfizető mutató azt fejezi ki, hogy egy előfizető átlagosan hány percet beszél egy hónap alatt. A mutatót a GVH úgy képezte, hogy az adott vállalat megfelelő csomagjaira előfizető fogyasztók által beszélt percek összegét elosztotta a megfelelő csomagok előfizetőinek számával. Az összehasonlíthatóság biztosítása érdekében itt is figyelmen kívül maradtak a VIP csomagok.

Az előzőek alapján az feltételezhető, hogy a piacra újabban belépők valószínűleg kevesebb bevételt generálnak, aminek elsősorban az az oka, hogy kevesebbet beszélnek. Amennyiben ezt sikerül bizonyítani, az az új előfizetőkért folytatott verseny jele lehet a mobil szektorban, hiszen ezek szerint a cégek olyan politikát folytatnak, amely vonzó sok marginális előfizető számára. A régebbi előfizetőkkel kapcsolatban viszont ezzel éppen ellentétes tendencia várható; feltételezhető, hogy ők egyre többet használják a mobiltelefont, az egyre fontosabb munkaeszközzé válik.

5. ábra: Havi átlagos hívásidő előfizetőként, perc



Az 5. ábrán azt figyelhetjük meg, hogy a postpaid előfizetők egyre többet beszélnek mobiltelefonjukkal, a prepaid előfizetők pedig egyre kevesebbet. A két csoport közötti különbség nagyon magas, és folyamatosan növekszik; 2001 tavaszán közel hatszoros volt a különbség.

A postpaid trend ismét erős, és jól illeszkedik. Ezek az előfizetők átlagosan majdnem egy perccel beszélnek többet havonta. A determinációs együttható meghaladja a 70%-ot, amely meglehetősen magas értéknek tekinthető. A prepaid előfizetők idősorára illeszthető lineáris trendvonal ezzel szemben nem jellemzi jól az előfizetői szokások alakulását. Ennek oka az az 1998 végétől 1999 végéig tartó hullámhegy, amely valószínűleg a '98 végi nagymértékű prepaid díjcsökkenésnek köszönhető.

A számok abszolút nagysága is érdekes. Az ábra szerint 2001 elején egy prepaid előfizető egy nap átlagosan kevesebb, mint egy percet beszélt, míg egy átlagos postpaid előfizető kb. négy percet. Ez elég sokat elmondhat arról, hogy az emberek mire használják (és mire nem használják) mobiltelefonjukat.

A prepaid piaci idősorokra csökkenő trend volt illeszthető 2000 közepétől. Az ezt megelőző időszakban kevésbé egyértelmű a helyzet. Nagyon érdekesek az idősorokban megfigyelhető nagyobb ugrások, sokkal kevésbé kiegyensúlyozottak, mint a postpaid szektorban. Ennek okai a következők lehettek:

- a piac valószínűleg csak később "állt be", kevesebb előfizető volt, így az újonnan belépő előfizetők szokásai jelentősen tudtak változtatni a mobilpiaci átlagon;
- az áraknak a postpaid piacon megfigyelhetőnél jelentősebb változásai nagyobb hatással voltak az előfizetők beszélgetési szokásaira;
- a piacra újonnan belépő előfizetők mobil-használati szokásai viszont még kevésbé kiforrottak.

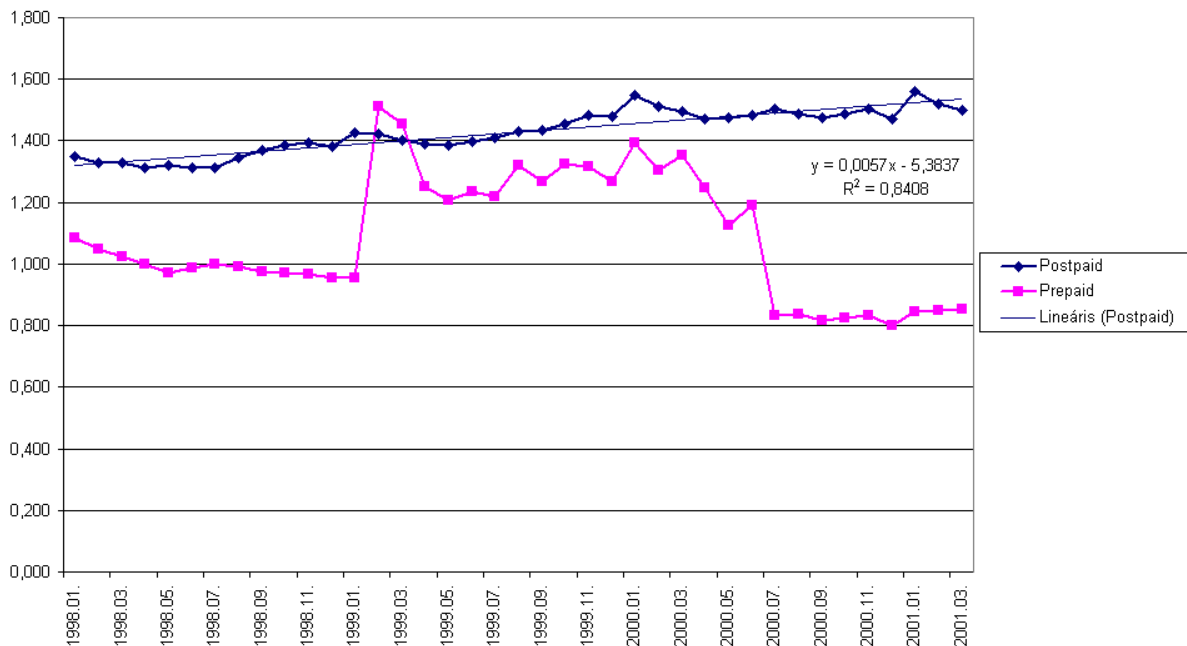
Összességében a fentiekből úgy tűnik, hogy a kevesebbet beszélő új előfizetők elsősorban a prepaid piacon jelentek meg, a postpaid piacon pedig inkább az a tendencia jellemző, hogy a régi előfizetők egyre többet használják a telefonjukat.

6.3.3.3. Átlagos híváshossz

Az előfizetői szokások változása nemcsak abban jelenik meg, hogy egy hónap alatt mennyit telefonálnak az előfizetők, hanem abban is, hogy egy hívásuk mennyi ideig tart. Ezt a perc/hívás, azaz az átlagos híváshossz mutató fejezi ki. Ezt úgy képezte a GVH, hogy a vizsgált csoportba tartozó tarifacsomagok előfizetői által beszélt percek számait összeadta, majd elosztotta az általuk kezdeményezett hívások számával. Itt sem kerültek figyelembe vételre a VIP csomagok, a torzítások elkerülése végett.

Az árérzékenyebb ügyfelek egyik jellegzetessége lehet az, hogy egy hívást nagyon rövid idő alatt fejeznek be. Másrészt a rövid hívások magas aránya egy csomag előfizetői közt azt jelentheti, hogy ezeknek az előfizetőknek elsősorban azért van mobiltelefonja, hogy elérjék őket, és a rövid hívások csak arra valók, hogy visszahívassák magukat. Az ilyen jellegű előfizetők egyrészt nagyon alacsony árbevételt hoznak, másrészt miután igénybe vették a készülékkezdvezményt, azt nem "beszélnek le", és ezzel nem igazán vonzóak a mobilcégek számára.

6. ábra: Átlagos híváshossz a mobilpiacon, perc



A postpaid előfizetőknél határozottan emelkedik egy hívás hossza, mégpedig évente átlagosan 5 másodperccel. A lineáris regresszió nagyon jól magyarázza a trendet, egyrészt mert az idősor viszonylag szabályosabb, másrészt, mert elég erőteljes a növekedés. A prepaid hívások hosszának alakulása ezzel szemben jelentős kilengéseket mutat, ezért nem illeszthető rá lineáris trend. 2000 közepétől vizsgálva viszont stagnálnak tűnik az idősor, és ez reálisabban jellemzi a jelenlegi folyamatokat. Az erőteljes hullámhegy magyarázata itt is az, hogy valószínűleg az 1998-as drasztikus prepaid piaci árcsökkentések alapvetően befolyásolták az előfizetők beszélgetési szokásait. A növekedés oka az lehet, hogy akkor még nagyobb súlyt

GVH jelentése a mobil rádiótelefon szolgáltatás ágazatában indított vizsgálatról – Közgazdasági elemzés és következtetések

képviseltek a régebbi előfizetők, akik a díjak csökkenésére hosszabb beszélgetésekkel reagáltak, míg a későbbi csökkenés feltételezhetően sok új, kisebb fizetőképességű, ezért kevesebbet telefonáló előfizető belépésére vezethető vissza.

A hívások idejének vizsgálata tehát azt mutatja, hogy itt is különbség figyelhető meg a pre- és postpaid előfizetők között, mégpedig a postpaid előfizetők tulajdonságai itt is kedvezőbbek a cégek számára a bevétel nagysága szempontjából. A postpaid előfizetőknek tehát egyre tovább tart egy hívásuk, kevésbé akarják ilyen módon csökkenteni a számlájukat. Ezt az egyes vállalatok egyedi idősorai is alátámasztották, e tekintetben nincsenek eltérések a szolgáltatók között. Határozott különbségek figyelhetők meg viszont a hívásidők szintjében.

6.3.3.4. Átlagos árszínvonal

A mobiltelefon használatával kapcsolatosan többféle kiadás merül fel a fogyasztó szemszögéből nézve. Először is be kell szereznie, meg kell vásárolnia magát a készüléket, ami egy elég jelentős tényező, ezért fogyasztói oldalról belépési korlátnak tekinthető. Éppen a fogyasztók belépésnek megkönnyítése, ösztönzése érdekében a szolgáltatók jelentős készülékkezdvezményeket nyújtanak, ha a fogyasztó egyidejűleg előfizetést is vásárol. Ennek mértéke általában a postpaid csomagoknál nagyobb, mint a prepaid csomagok esetében. A háttérben az áll, hogy – amint azt már az előző alfejezetekben is láthattuk – a kétféle szolgáltatástípus tipikus előfizetőinek szokásai között szignifikáns eltérés tapasztalható; a postpaid csomagot választók havonta összesen is többet beszélnek mobilon, illetve egy-egy hívásuk átlagos hossza is nagyobb, mint a prepaid előfizetőké.

A második kiadási tényező a havi előfizetési díj. Ez természetesen csak az „előfizetéses telefonoknál”, azaz postpaid csomag esetén merül fel. A szolgáltató döntésétől függően elképzelhető olyan eset, hogy a havi előfizetési díj már tartalmaz bizonyos mennyiségű ingyenes beszélgetési, esetleg sms küldési lehetőséget.

A harmadik költségfajta a forgalmi díj, amely a telefonhasználattal arányos; a beszélt percek számának és a percdíjnak a szorzataként adódik. Minden szolgáltató többféle időszakot különböztet meg (pl.: csúcsideő, csúcsideőn kívüli időszak, hétvége stb.), és ezek között differenciált percdíjak megállapításával igyekeznek a forgalom egyes időszakonkénti nagyságát befolyásolni.

Természetesen az egyes szolgáltatók esetén különböznek egymástól a fenti kiadási tételek mind abszolút nagyságukat, mind egymáshoz viszonyított arányukat tekintve. Emellett egy-egy szolgáltató maga sem alkalmaz egységes árakat; még a prepaid és postpaid fajtákon belül is kialakítanak tarifacsomagokat. Emiatt a változatosság miatt nem lehet az árszínvonalat valamely percdíjjal vagy más kiadásfajttával önmagában jellemezni, egy mesterséges mutató számítására van szükség, amely az összes kiadási tételt figyelembe veszi.

Az árszínvonal vizsgálatának egyik módja, hogy azt nézik meg, hogy egy előfizetőnek mennyibe kerül a mobiltelefon használata egy hónapban. Ezt az eljárást alkalmazza például a NERA⁷⁷ az angol mobilpiac árszínvonalát vizsgáló 1999-es tanulmányában. A NERA rendelkezik egy olyan lakossági mintával, amelyben piackutatási adatok alapján több mint 60 fogyasztói profilt hoztak létre, majd ezek súlyát a mintában elfoglalt arányuk alapján határozták meg. Ezek után kiszámították a vizsgált időszak minden hónapjában, hogy melyik fogyasztói profil számára melyik vállalat mely tarifacsomagja az optimális. Amennyiben az

⁷⁷ A NERA (National Economics Research Associates) egy gazdasági tanácsadó cég, amely antitröszt és versenyjogi témákban is készít elemzéseket, pl. az OfTel számára.

adott fogyasztói csoport számára optimális csomag megváltozott, akkor figyelembe vették azt, hogy a fogyasztók csak fokozatosan váltanak csomagot. A fenti súlyokkal kiszámolták, hogy havonta átlagosan mennyibe kerül egy fogyasztónak a mobilszolgáltatás igénybevétele.

A módszernek az árszínvonal-számításokra jellemző sajátossága, hogy nem veszi figyelembe a fogyasztói profilok arányainak eltolódását. Ennek előnye, hogy csak az árváltozásokat méri, és az árszínvonalban nem jelenik meg a fogyasztói profilok átstrukturálódása (akár abból adódóan, hogy a fogyasztók szokásai megváltoznak, akár azért, mert az új előfizetők jellemzői mások). Azonban a mobil piacon elég gyorsan változnak a fogyasztói szokások, így a mutató egy idő után nem a mobilhasználat tényleges költségét méri, hanem azt, hogy mennyibe került volna, ha a szokások nem változnak meg. A probléma kezelhető akkor, ha elég gyakran tartanak piackutatást, viszont akkor a hosszabb távú adatok nem igazán lesznek egymással összehasonlíthatóak.

A módszer nagy előnye, hogy kezelni tudja az új tarifacsomagokat, hiszen minden hónapban kiválasztják az optimális tarifacsomagot. A jövőben, amennyiben egy korrekt árindex előállítása válna szükségessé, akkor valószínűleg egy hasonló eljárás alkalmazása nagyon hasznos lenne.

Jelen esetben azonban – kutatások és fogyasztói profilok híján – a szolgáltatók által benyújtott adatokból kellett egy, az árszínvonalat jellemző mutatót előállítani. Figyelembe véve, hogy az eddigi adatok alapján nagyon erősen átrendeződtek a fogyasztói preferenciák, és teljesen más szokásokkal rendelkező fogyasztók léptek be a piacra, a havi mobil számla egyenlege nem látszik nagyon jó mutatónak. Ennek az a legfőbb oka, hogy az újonnan belépő, és kevesebbet beszélő fogyasztók miatt lefelé torzulna az árindex, mégpedig elég jelentősen.

Az alternatív lehetőség az, hogy kiszámoljuk, hogy egy előfizető az adott hónapban mennyit fizetett átlagosan egy perc beszélgetésért. Ezt a mutatót a továbbiakban átlagos percdíjnak fogjuk nevezni. A mutató úgy került kiszámításra, hogy a szolgáltatók összes forgalmi díjbevételét osztotta el a GVH a forgalom nagyságával.⁷⁸ A postpaid és prepaid csomagok összehasonlíthatósága végett a postpaidnél az előfizetési díjat is elosztottuk a percek számával, és azt beleszámítottuk az átlagos percdíjba. Ennek a mutatónak az a legfőbb előnye, hogy egy tényleges, könnyen interpretálható számot ad. A mutató az új csomagokat is figyelembe veszi, mégpedig olyan arányban, ahogy használják őket. Az átlagos percdíj nem csak a racionálisan választott, legjobb csomagot veszi figyelembe, hanem azt, amelyet az előfizető éppen használ.

A mutató hátránya viszont, hogy nagyságát befolyásolja az előfizetők mozgása. Így például, a díjcsomag váltások, a csúcsidőn belüli illetve kívüli beszélgetések arányainak eltolódása, illetve az új előfizetők radikálisan eltérő szokásai mind-mind kihatnak a mutató alakulására, és ezek a folyamatok elfedhetik az árváltozás tényleges irányát.

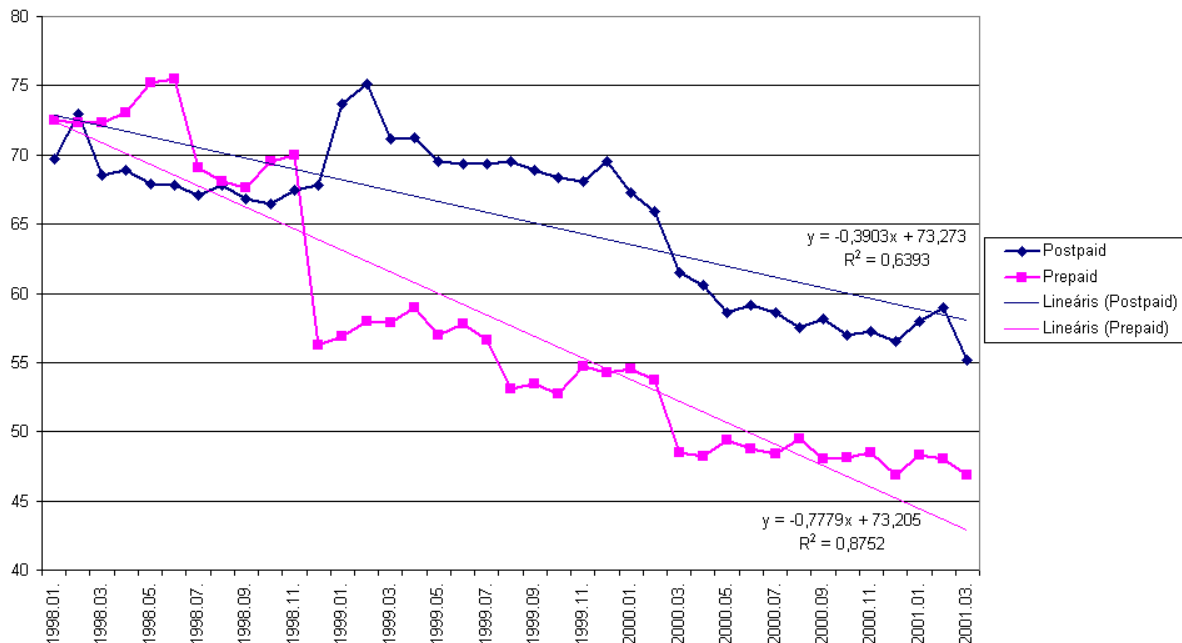
Mint az a mutató számításából is kitűnik, az átlagos percdíjban nem kerültek figyelembe vételre a belépési korlátok, azaz a nyújtott készülékkezdvezmények. Ennek oka elsősorban az, hogy nem állt rendelkezésre elegendő adat, másrészt viszont nagyságuk eléggé esetleges, hiszen főként marketing (eladásösztönző) célokat szolgálnak. Egy előfizetői szerződés közvetlen költsége a szolgáltató számára a készülék beszerzési árának, a csomagolás és a SIM-kártya költségeinek, valamint a dealeri (közvetítői) jutaléknak az összegeként számítható. Így a készülékkezdvezmény nagysága a belépéskor fizetett, az adott csomagra

⁷⁸ A mutató a már korábban használt bevétel/előfizető és perc/előfizető mutatók hányadosaként is számítható.

vonatkozó fogyasztói ár és az előbbi közvetlen költség különbségeként adódik, vagyis ekkora az az összeg, amennyibe a belépéskor az előfizető kerül a vállalatnak.⁷⁹

Az árak alakulását a teljes piacon az alábbi ábra mutatja.

7. ábra: Átlagos percdíjak alakulása, Ft



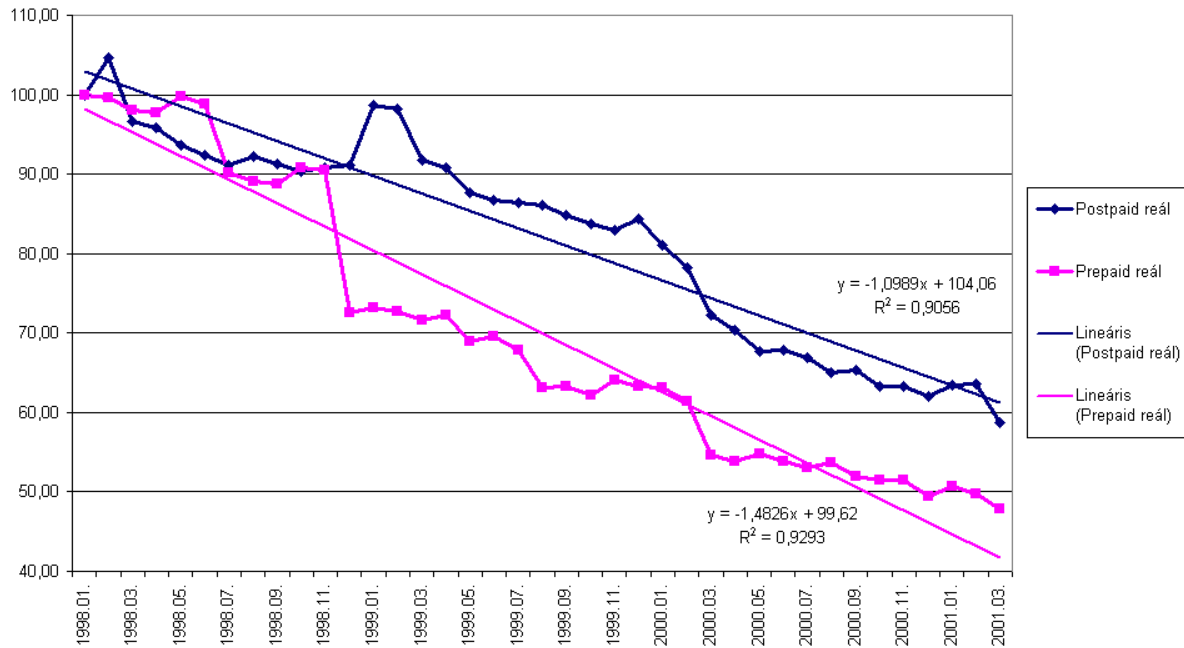
A piac mindkét szegmensében erős árcsökkenést látunk, amely a verseny jele lehet. Az ábrát azonban fenntartásokkal kell kezelni! Az rögtön szembetűnik, hogy az ábra alapján a postpaid díjak magasabbak, noha tudjuk, hogy az „előfizetéses telefonok” esetében alacsonyabbak a percdíjak, mint „kártyás” társaiknál. Ennek oka az, hogy a mutató számításakor – éppen a tényleges költségek összehasonlíthatósága érdekében – a postpaid előfizetések esetén a havi előfizetési díj is figyelembe vételre került az átlagos percdíjban.⁸⁰ Az abszolút nagyságok azért sem hasonlíthatók össze egyértelműen, mert a mutató nem kezeli külön a csúcsidőn belüli, illetve kívüli kedvezményeket, ezért ez is torzítást okozhat. A prepaid előfizetők ugyanis feltételezhetően nagyobb arányban beszélnek csúcsidőn kívül, mint a postpaid előfizetők, mivel eltérő célra használják mobiltelefonjukat. A csúcsidőn kívüli díjak pedig alacsonyabbak a csúcsidőn belülieknél, így lefelé torzul a prepaid mutató az átlagolásnál a csúcsidőn kívüli forgalom relatíve nagyobb súlya miatt. Ennek ellenére mind magának a mutatónak a számítása, mind pedig az ábrának az elemzése fontos következtetésekre vezethet, így egyáltalán nem haszontalanok.

Ha a 8. ábrán látható idősoroknak megfelelően az átlagos percdíjak változását reál értelemben vizsgáljuk, azt tapasztalhatjuk, hogy erőteljesebb a csökkenés, mint a nominális esetben, és hogy a lineáris trendek nagyon jól magyarázzák az idősorok alakulását.

⁷⁹ Természetesen ez nem végleges veszteség a szolgáltatók számára, a percdíjak, illetve az előfizetési díj célszerű megállapításával a „fogyasztóba való befektetés” megtérül.

⁸⁰ A félreértések elkerülése végett a továbbiakban ezért következetesen az átlagos árszínvonal elnevezést fogjuk használni.

8. ábra: Az átlagos percdíjak reál változása (1998. jan.=100)



A fenti ábrákkal kapcsolatban a trendek például összehasonlíthatók. Ebből az látszik, hogy a prepaid piacon az átlagos árszínvonal sokkal gyorsabban csökken, melynek fő oka az 1998-as radikális árcsökkenés. Hogy ennek hatását kiküszöbölhessük, célszerű megvizsgálni a 2000 utáni időszakot, amikor a prepaid piaci árak is „beálltak”.⁸¹ A 2000 – 2001 időszakra kiszámított idősorok a 9. és 10. ábrán láthatóak.

Erre az időszakra vonatkozóan az idősorokra illesztett trendek meredeksége nagyon hasonló, a postpaid piaci csökkenés üteme pedig valamivel gyorsabb. Statisztikai módszerekkel az is ellenőrizhető, hogy a két trend meredeksége egyenlő-e. Ha elvégezzük ennek vizsgálatát, arra a következtetésre juthatunk, hogy 95%-os valószínűséggel helyes az a feltételezés, hogy a meredekségek egyenlőek. Ennek a megállapításnak azért van nagy jelentősége, mert azt mutatja, hogy a két ár képzése között erős a kapcsolat, azok közel azonos mértékben változnak.

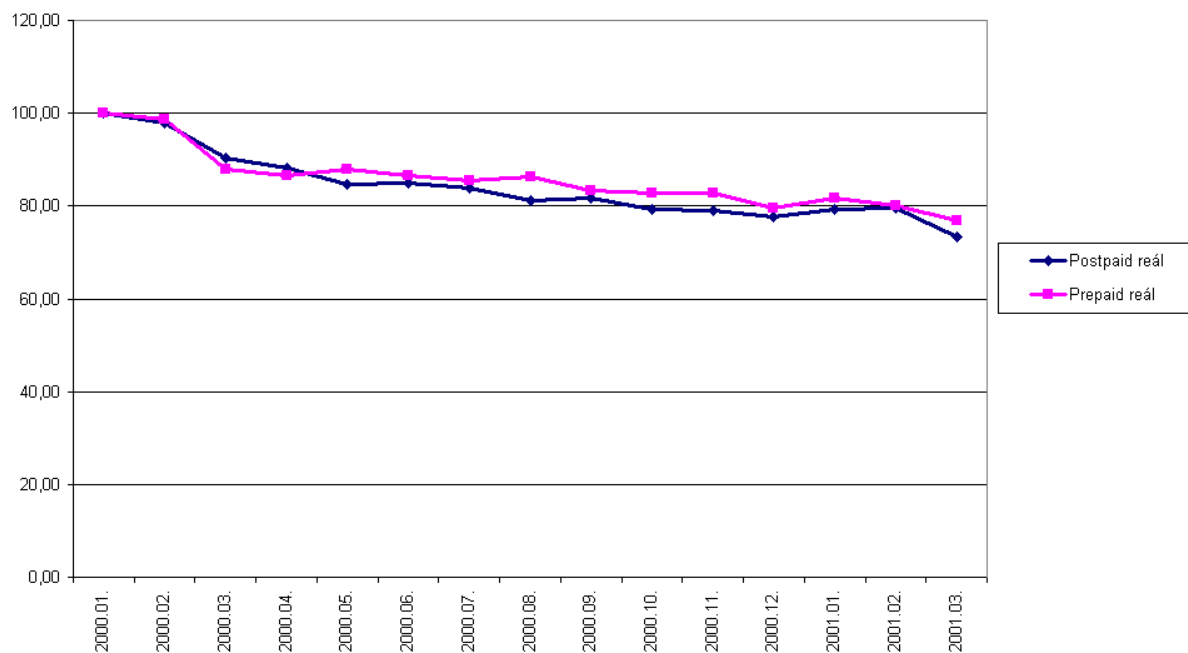
Az átlagos árszínvonal szolgáltatónkénti vizsgálata a postpaid és prepaid szegmensben hasonló következtetésekre vezetett.

⁸¹ A 9-10. ábrákkal kapcsolatban azonban meg kell jegyezni, hogy messzemenő következtetések levonására az idősorok rövidege miatt nem alkalmas.

9. ábra: Átlagos árszínvonal 2000-2001, Ft



10. ábra: Az átlagos árszínvonal mutató változása (2000. jan.=100)



Az ábrákkal kapcsolatban tehát megállapítható, hogy az árak „láthatóan” együtt mozognak. Az árak együttmozgását statisztikailag a korreláció-analízis módszerével lehet vizsgálni.⁸² Az elemzés elvégzésekor a GVH a következőkből indult ki:

⁸² A módszertan részletesebb leírása az előző fejezetben található.

- 2000 januárjától vizsgálta az átlagos percdíjak alakulását, mert az előtt a prepaid piac elég hektikusan mozgott, csak utána állt be, ezen kívül a Vodafone árairól is csak ettől az időponttól vannak információk;
- az átlagos percdíjak természetes alapú logaritmusai közötti korrelációt vizsgálta, mert ez az általában elfogadott gyakorlat, és azért is célszerű, mert így a százalékos változások közötti korrelációt vizsgáljuk, így nem kerülnek be nagyobb súllyal a nagyobb árak;
- a nominális árakat vette figyelembe. (Ez elvileg torzíthatja a korrelációs együtthatókat, mert közös mozgást visz az árakba az infláció révén. Mivel a piacon árcsökkenés van, ezért az árcsökkenés mértéke a nominális esetben alacsonyabb, így az együtthatók lefelé torzulnak.)

Ezen feltevések mellett a GVH elkészített egy korrelációs mátrixot. A korrelációs mátrixban található korrelációs együtthatókból az alábbi következtetéseket lehetett levonni:

- A legtöbb korrelációs együttható nagyon magas. Különösen fontos a pre- és postpaid átlagos árszínvonal közötti rendkívül magas korrelációs együttható, amely erős bizonyíték amellett, hogy a pre- és postpaid szegmens egy piacon van.
- Egyes szolgáltatók árai között szintén magas korrelációs együtthatók figyelhetők meg, amely szoros kapcsolatra utal. Ezt kikényszerítheti az éles verseny, vagy más környezeti hatás, amely azonosan hat a piaci szereplőkre, de az is elképzelhető, hogy a szolgáltatók között szándékos összejátszás, összehangolt magatartás valósul meg⁸³.
- A W450 árai határozottan ellentétes irányba mozogtak, mint a GSM szolgáltatók árai. Ezek szerint nem igazán hatnak ugyanazok az erők a W450-re, mint a feltételezett versenytársaira.

Összegezve tehát azt mondhatjuk, hogy az ármozgások alapvetően csökkenő trendűek, ami a verseny erősödését jelezheti. Az árak alakulása a GVH által készített, de részben nyilvánosságra nem hozható grafikonokon és a korrelációanalízisben egyaránt azt mutatta, hogy mind a prepaid, mind a postpaid szektor árai, mind az egyes vállalatok árai nagyon hasonlóan mozognak, igazolva ezzel azt, hogy a vizsgált szektor egy piacot alkot. A W450 esetén az ármozgások jelentősen eltérnek a többiektől, valószínűleg erre a vállalatra kicsit különböző piaci erők hatnak.

6.3.4. A mobil és a vezetékes piac összefüggései

A mobil ágazatot érintő piac-meghatározási elemzés további kérdése általában a vezetékes szolgáltatáshoz való viszonyának tisztázása. A mozgásban lévő telefonhasználók hívásainak egy részét más időpontban nyilvánvalóan a vezetékes hálózaton is le lehet bonyolítani. A helyettesítés mértékének pontos mérése nagyon sok nehézségbe ütközik, de valamiféle helyettesítés biztosan bekövetkezik, amely a forgalom és a bevételek alakulására is kihathat. A legegyszerűbb azt a helyzetet feltételezni, amikor valaki összes hívását mobil készüléken akarja lebonyolítani. Erre oka lehet azért, mert egyedül él, a vezetékesnél hamarabb jutna hozzá a mobil készülékhez, különösen azokon a területeken, ahol korábban nem rendelkeztek vezetékes telefonnal. A mobil készülék használatát erősíti az is, ha valaki gyakran költözik,

⁸³ Nem szabad ugyanakkor figyelmen kívül hagyni azt a tényt, hogy az ármozgások alapvetően csökkenő tendenciájúak.

ezáltal a vonal és a szám változásainak problémáit elkerülheti. A mobil készülékek gyakran ki nem használt tudása is előnyt jelenthet a választásnál.

Ugyanakkor a hívások egyik fontos jellemzője, hogy gyakran nem egyéneket, hanem háztartásokat akar elérni a hívó fél. Egy közös elérhetőségi pont az egész család számára hasznos lehet, még teljes elterjedtség mellett is. Egyelőre a vezetékes távközlés előnyeként lehet még elkönyvelni, hogy nagyobb mennyiségű adatforgalom lebonyolítására valójában csak a vezetékes hálózatok képesek. Nagyon leegyszerűsítve ez azt jelenti, hogy a széles fogyasztói rétegek számára az Internet használathoz szükséges távközlési kapcsolatot a vezetékes telefon képes biztosítani, ezzel a jellemzővel a mobil nem képes felvenni a versenyt, alapvetően két ok miatt. Az egyik, hogy a szolgáltatás minősége, a sáv szélesség nem éri el a vezetékes színvonalát, a másik pedig, hogy az esetleges szélesebb sáv szélességet biztosító technológiák – pl. GPRS – segítségével nyújtott szolgáltatások ára jelentősen meghaladja a vezetékes telefon árát.⁸⁴

Helyettesítésre minden egyes hívás szintjén is sor kerülhet. A vezetékes és mobil árak közötti különbségek egyelőre valószínűtlenné teszik ennek a helyettesítésnek a gyakori voltát. Arra több példát találhatunk, hogy a vezetékes telefontal rendelkező helyeken is inkább a mobilt használják, részben könnyebb elérhetősége, részben a hívandó számok tárolhatósága miatt.

A mobil piac kezdetben inkább a vezetékes kiegészítőjeként vagy inkább kényszerhelyettesítőjeként funkcionált, a penetráció növekedésével viszont sokakban az a vélemény alakult ki, hogy a forgalom differenciálódása után végül is ugyanazon hívásperc mennyiségért folyik majd a verseny a szolgáltatók között. Ezzel a vezetékes inkumbens⁸⁵ szolgáltatók mobilpiaci részvétele is újra értékelendő tényezőként jelenhet meg. A verseny természetesen nem csak a mobilpiaci résztvevők között folyik, hiszen a nemzetközi porondon egyre több esetben lehet tanújelét lelteni annak, hogy a mobil szolgáltatók a vezetékes szolgáltatás helyi hívást ösztönző flat-rate típusú tarifáihoz⁸⁶ közeledő árazási megoldásokat kínálnak, és igaz ez fordítva is, a vezetékes szolgáltatók egyre differenciáltabb tarifacsomagjait nézve. Ezek a felvetések elsősorban azt a célt szolgálják, hogy a ma megfogalmazható állítás, miszerint a jelenlegi technológiai és árszínvonalat feltételezve a vezetékes és a mobil szolgáltatások feltehetően külön piacon vannak, hosszabb időhorizontra kitekintve elképzelhető, hogy módosításra szorul.

A vezetékes és mobil piac kapcsolatát az Oftel⁸⁷ is részletesen elemzi. Az Oftel erősen valószínűsíti azt, hogy a fix- és mobil hívások külön piacon vannak. E mellett a következő érveket hozza fel.

A kínálati oldalon kevés a lehetőség a helyettesítésre. Mindkét piacon komoly belépési korlátokkal kell szembenézni. Ez a magyar piacon is hatványozottan így van, mert a koncessziós szerződések még kevesebb mozgási lehetőséget tesznek lehetővé, mint az

⁸⁴ Meg kell ugyanakkor jegyezni, hogy a 2002. évben a GPRS ajánlatokra mégis némi hatással volt a vezetékes telefonon keresztüli Internet árának alakulása, hiszen a MATÁV kedvezmények 2002. júliusi megszűnésével párhuzamosan a PGSM és a Vodafone is megjelent újabb ajánlattal a piacon. Tekintettel azonban arra, hogy a részletes elemzéshez tartozó adatfelvétel korábbi időszakra vonatkozott, ezen jelenség hatásainak alapos elemzésére nem volt lehetőség.

⁸⁵ Az angol incumbent szó magyar megfelelője; a piacon már jelenlévő, bevezetett szolgáltatással és általában piaci hatalommal is rendelkező vállalatot jelenti.

⁸⁶ Ez egy olyan konstrukció, amelynél a havi előfizetési díj – amely itt magasabb, mint egy normál díjcsomag esetén – korlátlan mennyiségű ingyenes helyi beszélgetés lehetőségét is magában foglalja.

⁸⁷ Az OFTEL (Office of Telecommunications) a brit távközlési szektor szabályozó hatósága.

Egyesült Királyságban. 2003-ig biztosan nem fog új szolgáltató engedélyt kapni a mobilpiacra való belépéshez, de azután sem várható új szolgáltatók tömeges megjelenése, hiszen a hálózat kiépítése magas költségekkel jár, és – rendelkezésre álló szabad kapacitás esetén – hálózati hozzáférési szerződés segítségével is meglehetősen hosszú időt vehet igénybe a piacralépés, nagyok a méretgazdaságossági előnyök, a hálózati externáliák. Ráadásul a bennlévő szolgáltatók rendelkeznek a több bevételt hozó ügyfelekkel, akiket nem könnyű elcsábítani. A másik oldalon nem mutat semmi arra, hogy a mobil szolgáltatók be akarnának lépni a vezetékes piacra, vállalva az ebben az esetben felmerülő magas belépési költségeket. Ezek alapján úgy tűnik, hogy Magyarországon sem valószínű, hogy a két piac között jelentős kínálati oldali helyettesítés lenne.

A keresleti oldal vizsgálatánál az Oftel tanulmányában nem ennyire egyértelmű a helyzet. Az Oftel szerint a mobilitás, a hívott fél biztos elérhetősége egy olyan hozzáadott érték, amely miatt nem valószínű, hogy a két szolgáltatás között komoly helyettesítés állna fenn. Ennek a kérdésnek a részletesebb vizsgálatára készítettek egy piackutatást, amelyből a következők derültek ki:

- az Egyesült Királyságban csupán a fogyasztók 6%-a rendelkezik kizárólag mobil telefonnal;
- a fogyasztók sok mobil hívást bonyolítanak otthonról, bár ez csak egy jelentős kisebbségnek tűnik;
- és leginkább a következő okokból választották a mobilt a vezetékes telefon helyett:
 - 23%: azért, mert éppen más használta a vezetékes telefont,
 - 18%: azért, hogy elhasználja a mobiltelefonos, az előfizetési díjban benne lévő ingyenes beszélgetési időt,
 - 12%: azért, mert bizonyos számok hívása olcsóbb a mobiltelefonról.

A kutatás egyik legfontosabb következtetése az volt, hogy a mobiltelefont alapvetően más célra használják a fogyasztók, mint a vezetékest, leginkább rövid hívásokra (pl. azért, hogy valakit elérjenek az utcán).

Az ágazati vizsgálat során nem készült ehhez hasonló felmérés Magyarországra vonatkozóan, azonban a szolgáltatók rendelkezésre bocsátották egyes piackutatási anyagaikat, amelyekből a fogyasztók szokásaira is lehet következtetni. Az egyik ilyen piackutatás alapján például a következők derülnek ki.

Azok az ügyfelek, akik mobilról telefonálnak többet viszonylag alacsony arányban nevezik meg ennek okaként, hogy otthon nincs vezetékes telefonjuk. Ráadásul figyelembe kell venni, hogy mivel a prepaid ügyfelek általában fiatalabbak, ezért valószínűbb, hogy nekik maguknak nincs vezetékes telefonjuk (bár szüleiknek valószínűleg van), és ezért az arány valószínűleg kicsit túl van becsülve.

Ugyanebből a kutatásból az is kiderül, hogy bár a más mobil hálózatra irányuló hívásokat kezdeményező ügyfelek nagy százaléka el tudná érni ismerősét vagy barátját vezetékes hálózaton keresztül is, de csak kis hányaduk választja ezt. Tehát a helyettesítés elvi lehetőségével rendelkező csoport többsége preferálja a mobil-mobil hívást a fix-fix hívással szemben. Ennek okaként azt nevezték meg, hogy vezetékesről vezetékest, mobilról pedig mobilt hívnak, könnyebb mobilon elérni valakit, illetve a költségek adott esetben alacsonyabbak. Látjuk tehát, hogy nem az árkülönbség az elsőrendű szempont, hanem van valamilyen megszokás; a két típusú telefont másra használják.

A GVH a vezetékes és a mobil szolgáltatók adatai alapján számított mutatók és trendek összehasonlításával próbált átfogó helyzetképet kapni a magyarországi piaci körülményekről. A vezetékes piac jellemző mutatóinak elemzése egyrészt azért érdekes, mert szemléltetheti, hogy mennyiben különböznek a vezetékes előfizetők szokásai a mobil előfizetőkétől, másrészt az árak vizsgálata bizonyítékot szolgáltat arra, hogy a fix- és a mobil szektor külön piacon van-e.

A GVH először itt is az egy előfizetőre jutó bevételeket vizsgálta⁸⁸, egyrészt az adott vállalat egészére, másrészt a távolsági hívásokra, végül a fix-mobil hívásokra vonatkozóan.

Az időszak folyamán az egy előfizetőre eső bevétel a mobil postpaid szegmensen és prepaid szegmensen megfigyelt bevételi szintek (3. ábra) közé esik, idősora némileg csökkenő. A mobiltelefonok hívásából adódó bevétel jelentősen nőtt a vizsgált időszak alatt, amely valószínűleg elsősorban a mobil penetráció növekedéséből adódik. Érdekes a helyi hívásokból befolyó bevételek csökkenése, amely elvileg adódhatna a mobil szolgáltatások kizorító hatásából is. Ennek oka azonban lehet a helyi tarifák csökkenése is, illetve a helyi hívások arányának mérséklődése a vezetékes hívásokon belüli átrendeződés miatt.

A fix-mobil forgalom tényleg növekszik, mégpedig elég erős ütemben, ami természetes a mobilhálózat kiterjedése miatt. A távolsági forgalom idősora enyhén csökkenő, ami nem támasztja alá azt az állítást, hogy a mobilforgalom kizorítaná a távolsági forgalmat. Azt azonban látni kell, hogy egy – a magyarhoz hasonló gazdaságban – könnyen elképzelhető, hogy a távolsági forgalom a mobil szolgáltatók létezése nélkül növekedne, tehát elképzelhető, hogy a növekedést csökkentette a mobiltelefonok elterjedése.

Azt, hogy a két típusú hívást másra használják, lehet olyan módon mérni, hogy ezeknek a hossza mennyire tér el egymástól. Ez természetesen még nem mond nagyon sokat a hívás jellegéről, viszont megerősítheti azt, hogy a különböző típusú hívások jelentősen különböznek. A perc/hívás mutató azért érdekes, mert az árjellegű mutatókkal ellentétben ez közvetlenül összehasonlítható a mobil cégek hasonló mutatóival. A mobil vállalatoknál a prepaid előfizetők esetében a mutató értéke 2001 tavaszán 1,05 perc/hívás körül volt, a postpaid előfizetőkre 1,55 perc/hívás jutott. A fix-mobil hívások átlagos hossza a postpaid hívások hasonló mutatója körül alakul, ezért – legalábbis hosszuk alapján – úgy tűnik, hogy a fix-mobil hívások nagyon hasonlóak a mobilról indított hívásokhoz. A távolsági és a helyi hívások hossza azonban ebben az időszakban jellemzően három percnél több volt, amely kb. kétszeres különbséget jelent az előbbiekhöz képest. Hosszuk alapján tehát a távolsági- és egyéb fix-fix hívások jelentős mértékben különböznek a fix-mobil hívásoktól.

Az átlagos híváshossz vizsgálata alátámasztja azt a feltevést, hogy fix-fix hívások feltehetően külön piacon vannak a fix-mobil hívásoktól, a fix-mobil hívások pedig egy piacon lehetnek a mobilról kezdeményezett hívásokkal, mert jellegük hasonló ahhoz. Külön érdemes megjegyezni azt is, hogy a távolsági hívások gyakorlati helyettesítése a mobil hívásokkal kérdéses lehet, mert – úgy tűnik –, az emberek másra használják a két hívástípust; erre a problémára a jelentés a későbbiekben még visszatér.

A reprezentatívnek tekinthető vezetékes szolgáltató átlagos árszínvonalának vizsgálata is érdekes következtésekre vezetett. A GVH itt is ugyanazzal a mutatóval számolt, mint

⁸⁸ Az előfizetési díj ebben az esetben figyelmen kívül maradt. Elsősorban azért, mert nem világos, hogy ezt milyen módon kellene megosztani a mobil- és vezetékes hálózatba irányuló hívások között. Sőt, az embereknek volt vezetékes telefonjuk a mobil korszak előtt is, és ezért úgy tűnik, mintha az előfizetési díj határkölség része a mobiltelefon hívásoknál 0 lenne. Viszont az egy előfizető által egy hónapban beszélt percek alapján egy perc telefonáláshoz nem jelentéktelen költségösszeget kellene hozzáadni.

amelyet a mobil szolgáltatók esetén használt. Az eltérés csak annyi, hogy most az előfizetési díj nem került figyelembe vételre.

A fix-fix díjak csökkentek, a fix-mobil díjakban nem volt határozott trend. Ezeknek a hullámzását nem sikerült kiszedni a mozgóátlaggal, sőt egyéb simítási módszerekkel sem. A fix-fix díjak viszont határozottan csökkentek. A fix-mobil hívás percdíja 50-60 Ft körül ingadozik, ami megfelel a mobil-mobil díjaknak, így az látható, hogy a helyettesítés ebből a szempontból lehetséges. Viszont nagyon fontos megjegyezni, hogy itt nem beszélhetünk folyamatos csökkenésről, mint ahogyan azt a mobil szolgáltatások esetében láttuk (6. és 7. ábra). Más megközelítésben látható volt továbbá, hogy a távolsági – fix-fix – hívások átlagos árszínvonalának csökkenése mellett az – egyébként a mobil szolgáltatók által megállapított – fix-mobil árak nem követték ezt a tendenciát. Ebből ugyancsak az a következtetés vonható le, hogy nem szükséges a fix-mobil árak megállapításakor tekintettel lennie az ármegállapításra jogosult vállalkozásnak a fix-fix díjakat alkalmazó vállalkozás magatartására – azaz nem működnek versenyhatások közöttük. Ezt a hatást erősíti meg a részletes árkorrelációs elemzés is.

Fontos észrevennünk, hogy a távolsági hívások ára jelentősen a mobil hívások ára alatt van (fele-harmada). Ez azt mutatja, hogy általában nem túl valószínű az, hogy az előfizetők távolsági hívásokat mobil hívással helyettesítsenek. Természetesen lehetnek ez alól kivételek, például hálózaton belüli vagy VIP hívások.

A piacelhatárolás vizsgálatának fontos eszköze az említett árkorrelációk elemzése, amelyből kiderül, hogy mennyire mozognak együtt az árak a mobilpiaci árakkal, az 1999. január – 2001. márciusi időszakban.

3. táblázat: Vezetékes és mobil árak korrelációs mátrixa

	vezetékes össz.	fix távolsági	fix-mobil	átlagos post	átlagos pre
vezetékes össz.	1,00				
fix távolsági	0,72	1,00			
fix-mobil	0,79	0,41	1,00		
átlagos post	0,39	0,64	-0,16	1,00	
átlagos pre	0,36	0,54	-0,17	0,93	1,00

A távolsági és egyáltalán a vezetékes indítású hívások ára kevésbé erősen korrelál a mobilpiaci árakkal (a táblázatban szürkével kiemelt értékek), mint a pre- és postpaid piaci árak egymással (0,93). A távolsági- és a mobildíjak közötti kapcsolat (0,64 és 0,54) erősebb, mint a többi fix hívás, és a mobil hívások közötti kapcsolat (0,39 és 0,36). A fix-mobil és a mobilról indított hívások közti korrelációs együtthatók viszont alacsony negatívak (-0,16 illetve -0,17), amely abból adódik, hogy míg a mobil díjak erőteljesen csökkentek, addig a fix-mobil díjakra ez nem igaz. Ez mindenesetre nem erősíti meg azt, hogy a fix-mobil és a mobil-mobil hívások egy piacon vannak.

Amint azt a vezetékes és mobil irányból indított hívások árkorrelációi mutatják, a mobilpiac két szegmensének áralakulása közelebb van egymáshoz, mint a távolsági hívások ára a mobilpiaci árakhoz. A vezetékes-mobil tarifa viszont inkább a vezetékes tarifákhoz hasonlóan alakul. Az alacsonyabb korreláció erős érv amellet, hogy a távolsági hívások más piacon vannak, mint a mobil indítású hívások.

Az eddigiek alapján úgy tűnik, hogy a fogyasztói szokások és az árkorrelációk arra utalnak, hogy a vezetékes és a mobil indítású hívások külön piacot alkotnak. A rendelkezésre álló adatok alapján nem feltételezhető, hogy nálunk erősebb lenne a keresleti oldali helyettesítés, mint az Egyesült Királyságban. Azonban figyelembe kell venni azt, hogy vannak olyan speciális esetek, amikor a helyettesítés jelentős nagyságú lehet.

Az egyik eset az, hogy a távolsági- és a mobil hívások helyettesíthetők egymást, hiszen ezek ára közelebb van egymáshoz. Ennek vizsgálatára összevetettük árakat. A MATÁV bázis díjcsomagját a PGSM és a W900 hasonló előfizetési díjú postpaid csomagjaival hasonlítottuk össze, mert ezek jelentenek hasonló ajánlatot.

4. táblázat: Távolsági vezetékes és mobil díjak összevetése⁸⁹

	Csúcsidő			Csúcsidőn kívül		
	<i>MATÁV-ból*</i>	<i>W900-ból (EU100)</i>	<i>PGSM-ből (Optimum)</i>	<i>MATÁV-ból*</i>	<i>W900-ból (EU100)</i>	<i>PGSM-ből (Optimum)</i>
távolsági vezetékes	24 Ft+k.d.	60 Ft	56 Ft	12 Ft+k.d.	50 Ft	32 Ft
W900	60 Ft+k.d.	54 Ft	56 Ft	40 Ft+k.d.	35 Ft	32 Ft
PGSM	63 Ft+k.d.	60 Ft	56 Ft	38 Ft+k.d.	50 Ft	32 Ft
Vodafone	61 Ft+k.d.	60 Ft	56 Ft	45 Ft+k.d.	50 Ft	32 Ft

*k.d.: kapcsolási díj

A MATÁV előfizetési díja havi 2885 Ft, az EU100-é 2600 Ft, az Optimum csomagé pedig 3600 Ft, de sávós kedvezményt ad. Az EU100 csúcsideje 7-20 óráig tart, a másik kettőé 8-18 óráig. Az éjjeli időszakoktól az elemzés eltekintett.

Összehasonlítva ezeket az látható, hogy semmiképpen nem beszélhetünk arról, hogy valaki a vezetékes távolsági hívások esetén helyettesíthetné a vezetékes előfizetését egy mobil előfizetéssel, mert a mobil telefonról történő akár vezetékes, akár mobil hívás kb. kétszer annyiba kerül, mintha vezetékesről vezetékest hívnánk, bármely időszakban (kivéve éjszaka). A forgalommal súlyozott percdíjak alapján is teljesen hasonló következtetést vonhattunk le; az átlagos árszínvonalak idősorai a 6.-8. ábrákon láthatók.

Azonban ha megvizsgáljuk a kiemelt ügyfelek számára kínált, ún. VIP díjcsomagokat, egész más eredményeket kapunk. A VIP kategórián belül helyettesíthetőek a távolsági hívások – árak alapján – a mobilról indított hívásokkal. Természetesen azt nem tudjuk, hogy ezek mennyiben "helyettesítődnék" egymással a valóságban. Ennek a helyettesíthetőségnek a vizsgálatánál fontos kérdés, hogy a fogyasztók mekkora részét érinti ez a lehetőség. Vélhetően ez a helyettesíthetőség a piacnak csupán egy jelentős kisebbségét érintheti, amit nem lehet figyelmen kívül hagyni.

A szoros helyettesíthetőség másik terepe lehet a kizárólag az elérhetőséget preferáló fogyasztók köre. Ezek esetében elképzelhető, hogy a vezetékes előfizetés helyett vásárolnak egy prepaid mobil-csomagot, amelyen elérhetik őket, és ők csak nagyon ritkán

⁸⁹ A táblázatban 2001. évi nettó díjakat hasonlítottunk össze.

kezdeményeznek hívást mobiltelefonról. Mivel a prepaid előfizetések viszonylag olcsóbbak, ezért itt komoly az esélye a helyettesíthetőségnek, azonban itt figyelembe kell venni azt is, hogy mekkora a belépési díj (amennyiben a fogyasztónak még nincs mobiltelefonja a készüléket is meg kell vásárolnia, ami akciós készülékek esetén is legalább mintegy 5-10.000 Ft többletköltséget jelent). Ez a kérdés elsősorban marginális fogyasztókat érint, vagyis szociális szempontból is fontos lehet ennek a vizsgálata.

Ehhez annak áttekintése szükséges, hogy hogyan alakul a vezetékes szolgáltató által biztosított legkedvezőbb előfizetési díjú díjcsomag havi díja, illetve a mobil prepaid kártya havi költsége. A prepaid csomagok egy éves díját 12-vel elosztva kapjuk meg a havidíjat (a prepaid csomagok esetében az elérhető legolcsóbb, egy évig érvényes kártya árát vettük figyelembe). Ennek egy része le is beszélhető, de az elemzés kiindulópontjaként az a szélsőséges eset szolgál, amikor a fogyasztó csak azért tart akár vezetékes, akár mobiltelefont, mert saját elérhetőségét kívánja biztosítani, de ő maga egyáltalán nem indít hívásokat.

Ebben az esetben – szemléltetésül a 2002. évi díjakat véve alapul – a vezetékes telefont megtartó fogyasztó számára a kiscsoportos díjcsomag havi bruttó előfizetési díja 1000 és 1750 Ft között változik, míg a mobil prepaid kártya bruttó havi költsége önmagában 300 és 1000 Ft körüli összeg között, készülékkel 1000 Ft körüli összeg és 1200 Ft körüli összeg között lehet (a mobil prepaid akciók változhatnak, de a nagyságrend adott).

5. táblázat: Vezetékes előfizetés és mobil prepaid hozzáférés összevetése (bruttó árak 2002-ben)⁹⁰

	Havidíj készülékkel	Havidíj készülék nélkül
MATÁV	-	1750
EMITEL	-	1525
HTCC	-	1250
MTT	-	1000
Vivendi	-	1690
W900	1242	400
PGSM	1242	300
Vodafone	1075	1042

A prepaid kártyák havi költsége még akkor is jelentősen a vezetékes előfizetési díjak alatt van, ha a belépési korlátot beszámítjuk. Ez alapján itt potenciálisan komoly helyettesítési lehetőség áll fenn, hiszen egy mobiltelefon jobban biztosítja az elérhetőséget, mint egy vezetékes. Az, hogy mennyien élnek ezzel, már más kérdés; azonban a csak mobiltelefonnal rendelkezők számára vonatkozó becslés alapján ez az arány nem lehet túl magas. A vezetékes vonalukat szüneteltetők és megszüntetők számainak az elemzése nem támasztotta alá, hogy ez az elvi helyettesíthetőség a gyakorlatban is működik.

⁹⁰ A táblázatban a mobilszolgáltatók által tipikusan kínált legolcsóbb 2002. évi ajánlatokat vettük figyelembe, míg a vezetékes szolgáltatók esetében értelemszerűen az egyetemes szolgáltatás körében biztosítandó kiscsoportos díjcsomagok előfizetési díja szerepel.

Érdeemes lenne még megvizsgálni a vezetékes- és mobil szolgáltatók közötti, nemzetközi hívásokért folytatott versenyt is. Itt alapvetően kétfajta szolgáltatás-típust lehet elkülöníteni: a vezetékes hálózaton keresztül megvalósuló nemzetközi hívást, illetve az Internet-alapú VoIP-ot. Ez utóbbival kikerülhető volt a MATÁV – 2001. december 23.-ig érvényben volt – monopóliuma, olcsóbb megoldást is jelent annál, viszont minősége valamivel rosszabb.

Erről a témakörrel azonban nagyon kevés adattal rendelkezünk, ezért nem tudunk biztosat állítani. Elképzelhető, hogy a kettő között erős a helyettesítés, hiszen az egyik olcsóbb, de a másik jobb minőségű. Azt viszont nem tudjuk, hogy ugyanazok használják-e őket, és ők mennyire hajlandók helyettesíteni.

Összefoglalva tehát a vezetékes és mobil hívások piaca nagy valószínűséggel külön piacot alkot, de nem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy vannak olyan mobil szolgáltatáscsomagok, amelyeknél a hívások közvetlen helyettesíthetősége fennáll. Ezen csomagok igénybevevői köre azonban a fogyasztóknak csak korlátozott részét teszi ki, amelynek alapján teljes helyettesítési hatásra nem következtethetünk. Fontos megjegyezni azt is, hogy a vezetékes-mobil hívások sok jellemzője inkább a mobil hívásokéhoz hasonló: áruk és hosszuk nagyjából megegyezik, és ebben az esetben is jelentkezik a mobilitás mint többlettérték.

6.3.5. Retail piaci összefoglalás

A trendek és korrelációk vizsgálata nem képes önmagában a piacok elhatárolására, viszont erős bizonyítékokat jelenthet egyes állítások mellett vagy ellenük. A fogyasztói felmérések hiányában ez az egyetlen mód arra, hogy empirikusan is ellenőrizhessük feltételezéseinket. Másik módszerként a helyettesítő termékek körének felmérésére a GVH a hipotetikus monopolista tesztet alkalmazta.

A piacelhatárolás szempontjából két dolog volt közvetlenül is fontos: a perc/hívás mutató és az árak vizsgálata. A perc/hívás mutató azért érdekes, mert ez az egyetlen, amelyből arra tudunk következtetni, hogy a fogyasztók milyen típusú hívásokat indítanak. Ennek vizsgálata azt mutatta, hogy a mobilról indított hívások általában 1-1,5 percig tartanak, hasonlóan a fix-mobil hívásokhoz, amelyek pedig kb. 1,5-1,6 percig. Ezek nagyjából egyenlők, vagyis hasonló típusúak lehetnek. Ezzel ellentétben a fix-fix hívások hossza – beleértve a távolságiakat is – ennek kétszerese, 3 perc fölött van, vagyis ezek határozottan különböznek a mobil hálózatba irányuló hívásoktól.

A másik érdekes mutató a hívások átlagos árszínvonala. Itt azt tapasztaltuk, hogy a mobilról indított hívásoknál az árak szintje csökkenő. A vezetékesről indított hívásokkal kapcsolatban megállapítható, hogy a fix-mobil ár – bár jelenlegi szintje közel azonos a mobilról indított hívások árával – nem csökken, így valószínűsíthető, hogy ezek nem alkotnak egy piacot. Ugyanakkor bizonyos esetekben elképzelhető helyettesítés a két típus között, mivel sok jellemzőjük hasonlít egymáshoz; áruk és hosszuk is nagyjából megegyezik, valamint mindkettőnél jelentkezik a mobilitás mint többlettérték. A távolsági hívások ára ezzel szemben jelentősen alacsonyabb, mint a mobilról indított vagy fix-mobil hívások ára, ezért általában nem lehet túl erős a helyettesítés.

A mobilról indított hívásokon belül is megfigyelhetőek szignifikáns eltérések; a postpaid és a prepaid szegmensek esetén mind a négy számított mutató jelentős különbségeket mutatott. Ugyanakkor – mint ahogy azt a jelentés fentebb kifejtette – ezek a módszerek nem alkalmasak piacelhatárolásra, csak bizonyos sejtések, elképzelések tesztelésére, alátámasztására. A hipotetikus monopolista tesztet elvégezve egyértelműen arra a következtetésre juthatunk,

GVH jelentése a mobil rádiótelefon szolgáltatás ágazatában indított vizsgálatról – Közgazdasági elemzés és következtetések

hogy a két szegmens egy piacot alkot, mert mind keresleti, mind kínálati oldalon nagyon erős a helyettesíthetőség. A kínálati helyettesítés lehetősége elég egyértelmű. Amennyiben a két piac közül az egyikben egy monopolista működne, akkor ennek 5-10%-os áremelése esetén a másik piaci szereplő előtt nem állnának komoly belépési korlátok⁹¹, ilyen módon könnyű lenne a belépés. A keresleti oldalon sem kétséges a helyettesítés lehetősége; a két termék közötti különbségek a fogyasztó szempontjából nem igazán jelentősek, hiszen funkcionálisan mind a két szolgáltatás ugyanarra képes.

Az árkorrelációk vizsgálata megerősítette ezeket a megfigyeléseket. A mobil szektoron belül – eltekintve a W450-től – nagyon hasonlóan alakulnak az árak. Különösen erős a post- és prepaid szektor közötti kapcsolat. Ezek alapján úgy tűnik, hogy a mobil szolgáltatók azonos piacon működnek, és a postpaid és prepaid szegmensek is egy piacnak tekintendők. Ezzel szemben a fix és a mobil piacok közötti korreláció ennél alacsonyabb, tehát kevésbé érződnek ugyanazok a versenytényezők. Ez megerősíti azt az állítást, hogy a távolsági hívások a mobiltól eltérő piacon vannak. A fix-mobil és mobilról indított hívások árai közti korreláció alacsony negatív, ami viszont nem feltétlenül jelenti azt, hogy ezek külön piacoknak tekintendők, hiszen az árak alakulását a távközlésben nem mindig a szolgáltatók saját döntése befolyásolta – különösen igaz ez a vezetékes hálózatról indított hívásokra, még napjainkban is –, hanem igen gyakran az állam állapította meg azokat árszabályozó tevékenysége révén.

⁹¹ Természetesen olyan szolgáltatók elméleti belépéséről van szó, amelyek hálózattal és koncessziós joggal rendelkeznek, hiszen ezek hiánya a belépés abszolút korlátja lenne.

6.4. Wholesale⁹² szektor

6.4.1. A wholesale piac fogalma, wholesale piaci szolgáltatások

A wholesale szektorba azok a szolgáltatások sorolhatók, amelyeket a mobilszolgáltatók nem saját előfizetőiknek nyújtanak közvetlenül, hanem vagy más szolgáltatók előfizetőinek vagy más szolgáltatóknak. Ennek megfelelően a következő szolgáltatások⁹³ tartoznak ebbe a kategóriába:

- külföldi mobil szolgáltatók előfizetőinek nyújtott roaming;
- belföldi roaming;
- MATÁV RLL szerződés – vezetékes szolgáltatóknak nyújtott hívásindítási szolgáltatás;
- külföldön a magyar előfizetők számára nyújtott roaming; és
- végződtetési szolgáltatás.

Az első három szolgáltatásban az a közös, hogy a mobiltelefon szolgáltatók saját hálózatukat valamely szolgáltatónak átengedik, és ezen – elsősorban hívásindítási és – továbbítási – szolgáltatásokat végeznek. Ezeknek a szolgáltatásoknak nem feltétele a saját előfizetők SIM-kártyájához való hozzáférés, ilyen módon technikailag bármely szolgáltató képes ezen szolgáltatások nyújtására, vagyis kínálati oldalon igazolódik az, hogy ez egy piac.

A szolgáltatók piacra vonatkozó válaszainak általános értékelése c. fejezetben megtalálható az egyes szolgáltatók véleménye a nagykereskedelmi jellegű szolgáltatásokról. Általános szolgáltatói megközelítés, hogy ilyen szolgáltatásokat nem nyújtanak, és ezt a szabályozás sem teszi lehetővé. Ezzel szemben tény az, hogy a fenti szolgáltatások léteznek, ezért nem fogadható el az az érvelés, hogy ezek a szolgáltatások nem létezhetnek szabályozási vagy technikai okokból. Fontos ugyanakkor a jelen fejezetben külön is kitérni egy-egy konkrét szolgáltatói véleményre az adott kérdéssel kapcsolatban, mert a jogi kategorizálás körüli vita jól mutatja, hogy a wholesale szolgáltatási típus a mobil ágazatban még nem épült be minden tekintetben a napi gyakorlatba.⁹⁴

A PGSM szerint például a törvények és a koncessziós szerződések értelmében a nagykereskedelmi szolgáltatások nyújtása nem tartozik a mobilszolgáltatók lehetőségei közé: „a V.R.A.M. Rt-nek nyújtott belföldi roaming szolgáltatás a megkötött szerződés alapján *roaming*, de semmiképpen nem nagykereskedelmi alapon nyújtott szolgáltatás. Műszaki szempontból pillanatnyilag egyenértékű a kapacitás vagy időátadással, és mint ilyen, besorolandó a hálózati hozzáférés kategóriába.” Ezzel kapcsolatosan azt lényeges

⁹²Ezen szolgáltatási körrel kapcsolatban ugyan használatos a wholesale magyar megfelelője, a nagykereskedelmi szolgáltatások elnevezés is, ám ez több esetben félreértésre adhat okot a nagykereskedő fogalom hagyományos értelemben vett jelentése miatt. Éppen ezen félreértés elkerülése végett használjuk az angol kifejezést. A wholesale szolgáltatások legfontosabb területét a hozzáférési típusú szolgáltatások teszik ki.

⁹³A felsorolásban azon szolgáltatásokat jelenítjük meg, amelyeket a vizsgálat során ténylegesen nyújtottak Magyarországon a szolgáltatók.

⁹⁴ Annak ellenére, hogy bizonyos formái már a kezdetektől léteznek – lásd az összekapcsolási szolgáltatásokat.

megemlíteni, hogy a GVH kategorizálása alapján a wholesale szolgáltatások közé tartozónak tekintjük a hozzáférési típusú szolgáltatásokat, ezért valószínűleg nem jelentős az ellentmondás.

A Vodafone ugyanakkor úgy véli, hogy az olyan szolgáltatásokat „amelyeket a Vodafone más szolgáltatók számára nyújt önkéntes kereskedelmi megállapodás alapján, [...] nagykereskedelmi szolgáltatásoknak nevezünk. Egy harmadik típusba⁹⁵ sorolható az összekapcsolási szolgáltatás, amelynek nyújtása a társszolgáltatók számára kötelező. A szerződéskötési kötelezettség és a szabályozott igénybevételi ár miatt az összekapcsolás ma nem piaci jellegű szolgáltatás”. A Vodafone-nal kötött belföldi roaming szerződés alapján nyújtott szolgáltatás valóban kapacitás- vagy időátadás, és mint ilyen, besorolható a hálózati hozzáférés kategóriába, *és mint ilyen, az általánosan elterjedt definíció szerint wholesale kategóriának minősül*. Olyan alapon, hogy valami kötelező vagy nem, nem lehet piacokat elkülöníteni, hiszen ez nem befolyásolja azt, hogy a piacon megéri-e a hipotetikus monopolistának árat emelni. Másrészt pedig éppen a Vodafone belföldi roaming szolgáltatásánál a szerződés ma már piaci alapon működik.

Úgy véljük, többek között a fent megjelölt jogi problémák miatt (is) érdemes a wholesale kategóriát használni a nagykereskedelmi kategória helyett. Mindenesetre közgazdasági szempontból a kettő között nem látunk jelentős különbséget. A jogi környezet jelenleg valóban kizárhat különféle wholesale szolgáltatásokat, viszont bizonyos típusúakat nem⁹⁶. Összegezve tehát, a fenti szolgáltatások egy igen heterogén piaci környezetben léteznek – valószínűleg sokszor egymástól elkülönült piacokon –, melyen komoly szabályozói tiltások vannak jelen, azonban ettől függetlenül a piacot külön érdemes vizsgálni.

6.4.2. A hozzáférési típusú szolgáltatások jelentősége a távközlésben – egyirányú hozzáférés

A távközlés alaptevékenységének, azaz a felhasználók mindegyike számára bármelyikükkel való kommunikációjának biztosítása érdekében a különböző szolgáltatók által üzemeltetett távközlési hálózatoknak együtt kell működniük. Ezen együttműködés érdekében a távközlési szolgáltatók a végfogyasztóikon kívül egymásnak is nyújtanak szolgáltatásokat. Ezeket a szolgáltatásokat összefoglaló néven nevezhetjük hozzáférési szolgáltatásoknak: „A” távközlési szolgáltató annak érdekében biztosít valamely szolgáltatást „B” szolgáltatónak, hogy „B” (vagy adott esetben valamely más) szolgáltató fogyasztója képes legyen igénybe venni a távközlési szolgáltatást. Ez a hozzáférési szolgáltatás lehet egyirányú, amely nem feltételez kölcsönösséget: „A” biztosít valamely szolgáltatást, és ebből csak „B” fogyasztója részesül. Lehet ugyanakkor az együttműködés – azaz a hozzáférési szolgáltatás – kétirányú: „A” és „B” azért működik együtt, hogy fogyasztóik kommunikálni tudjanak egymással.⁹⁷ Ez a kölcsönös együttműködésen alapuló szolgáltatás a leggyakoribb a távközlésben, ezt hívjuk összekapcsolásnak. Az összekapcsolási szolgáltatást tehát a szolgáltatók azért nyújtják egymásnak, hogy a saját fogyasztóik (felhasználóik) képesek legyenek arra, hogy a másik

⁹⁵ Az első típusba a végfogyasztóknak nyújtott szolgáltatásokat sorolták. Ezeket részletesebben a 3. fejezet tárgyalja.

⁹⁶ Erről részletesebben szól az ágazat versenyviszonyait meghatározó külső körülmények elemzésével foglalkozó fejezetnek a jelenlegi jogi helyzettel foglalkozó alfejezete.

⁹⁷ A valós esetek ennél sokkal bonyolultabbak, hiszen számos közvetítő is részt vesz a szolgáltatás megvalósításában, és nem kizárólag két szolgáltató segítségével jut el az indító felhasználó üzenete a címzett felhasználóhoz.

szolgáltató fogyasztóit (felhasználóit) elérjék, kommunikálhassanak vele, és viszont. Az összekapcsolási szolgáltatásokat különböző kategóriákba sorolhatjuk attól függően, hogy az adott hívás megvalósítása érdekében a hívás mely szakaszában biztosítja azt egy szolgáltató. Ennek alapján beszélhetünk (hívás)indítási szolgáltatásról – ez jellemzően akkor fordul elő, ha a hívó fél nem annak a szolgáltatónak a felhasználója, akinek a hálózatából indítja a hívást; (hívás)transzit szolgáltatásról – abban az esetben, ha a szolgáltatást nyújtó vállalkozás csak a továbbításban vesz részt, közvetlen kapcsolatban nem áll sem a hívó, sem a hívott féllel; és megkülönböztethetjük a (hívás)végződési szolgáltatást – ezt az a szolgáltató biztosítja, amely a hívott féllel áll közvetlen kapcsolatban.

A hozzáférési szolgáltatások megvalósításának érdekében az egyes távközlési szolgáltatók úgynevezett hálózati szerződéseket kötnek egymással. (Amennyiben kizárólag összekapcsolási szolgáltatásra kötik, akkor azokat összekapcsolási szerződésnek is hívják.) A távközlési szektor sajátossága tehát, hogy az egymással egyébként akár versenyzői viszonyban álló vállalkozások szükségképpen kötnek egymással megállapodásokat a szolgáltatások zavartalan biztosítása érdekében.

Az egyirányú hozzáférési szolgáltatások kategóriájába jelenleg a PGSM és a Vodafone közötti roaming, illetve a W900 és a MATÁV közötti szerződés hozható fel példaként. Fontos megemlíteni, hogy ezen szolgáltatási típuson alapuló együttműködés akár azt is lehetővé teheti, hogy a mobil rádiótelefon szolgáltatás piacát jellemző – az ágazatot meghatározó külső körülményekkel foglalkozó fejezetben tárgyalt – jelentős piacralépési korlátok enyhüljenek. Ennek alapján ugyanis a frekvencia, mint korlátos erőforrás problémája is némileg feloldható, és a teljes hálózati kiépítési költségekkel járó belépési korlát is csökken. Éppen ezen indokok alapján építette be az ágazatot szabályozó miniszter a Vodafone piacralépésekor a GSM koncessziós szerződésekbe a kötelező nemzeti roamingot – átmeneti időszakra a gyors piacralépést elősegítő rendelkezésként. Ugyanígy gyors belépést tesz lehetővé a MATÁV és leányvállalata, a W900 közötti szerződés, amelynek segítségével a MATÁV nyújthat rádiós technológiával biztosított fix hozzáférésű távbeszélő szolgáltatást. Ez az együttműködés a MATÁV számára azért lényeges, mert a Vodafone piacralépésével a fix telepítésű rádiótelefon rendszernek minősülő RLL technológiája nem volt tovább alkalmazható – tekintettel arra, hogy az éppen a Vodafone számára átadandó 900 Mhz-es frekvencián működött – szükség volt tehát valamely új megoldásra. A korábbi RLL helyett most a GSM hálózat biztosítja a MATÁV számára, hogy olyan helyeken is elérjék az előfizetőit, ahol a vezetékes hálózat nincs kiépítve.

Mivel mindkét említett hozzáférési forma – azaz a PGSM és a Vodafone közötti jelenlegi együttműködés, illetve a MATÁV-W900 szerződés – önkéntes alapon, kereskedelmi szerződéssel működik, ezért feltételezhető, hogy az a hozzáférést biztosító szolgáltató számára is előnnyel jár. A földrajzi piaccal foglalkozó fejezetben a jelentés külön szól ezen érdekekről, ám már most szükséges megemlíteni, hogy a motiváció a mobil hálózat megfelelő kapacitásainak kihasználásában áll. A mobil hálózatok ugyanis nem teljesen egyenletes leterheltségűek az ország teljes területén, így sok helyen rendelkeznek szabad kapacitással – ugyan nem mindenütt ugyanakkora a kapacitásuk, ám meghatározott felkészültséget mindenhol el kell érniük –, amelynek kihasználására sokféle módot találhatnak. Ennek egyik lehetősége a kapacitás átadás, amelynek többféle válfaja létezik, jelen pillanatban Magyarországon kettő létezőt ismerünk.

Fontos kitérni továbbá a jelenlegi jogi környezet és az egyirányú hozzáférési szolgáltatás közötti kapcsolatra is. A fentiekben elfogadott definíció szerint a hozzáférési szolgáltatás alapján „A” szolgáltató azért biztosítja „B”-nek a szolgáltatást, hogy „B” a fogyasztóinak távközlési szolgáltatást nyújthasson. Ahhoz tehát, hogy a hozzáférési szolgáltatások jogi

környezetét vizsgálhassuk, szükséges azt is vizsgálni, hogy milyen a fogyasztóknak nyújtott szolgáltatások jogi környezete. Kétirányú hozzáférés – azaz az összekapcsolás – esetében egyszerű a kérdés, hiszen a két szolgáltató közötti együttműködés szükségszerű előfeltétele, hogy mindkettő rendelkezzen fogyasztókkal, amelyek el akarják érni egymást, és így szolgáltatási engedéllyel is rendelkezniük kell. Az egyirányú hozzáférés esetében azonban adott esetben éppen arról lehet szó, hogy ez az együttműködés alapozza meg a piacralépést. Nyilvánvaló tehát, hogy csak olyan együttműködés létezhet a piacon, amely jogilag megengedett piacralépést alapoz meg. A két fentebb bemutatott esetben erről van szó, hiszen a Vodafone, például, a koncessziós szerződése révén léphetett piacra. A koncessziós szerződésekben foglalt – a korábbi fejezetben bemutatott – piacralépési moratórium következtében azonban 2002. december 31-ig korlátozottak az egyirányú hozzáférési szolgáltatásra irányuló szerződéskötési lehetőségek. A koncessziós szerződés hivatkozott rendelkezése kizárja, hogy az állam valamely vállalatnak saját jogon, a 900, illetve 1800 Mhz-es frekvencián alapuló mobil rádiótelefon szolgáltatásra engedélyt adjon ki az adott időpontig. Ennek következtében legalábbis kérdéses lenne a jogi helyzete azon egyirányú hozzáférési megállapodásnak, amely új vállalkozás, saját nevén nyújtott mobil szolgáltatásának piacralépését alapozná meg. Az újabb mobil rádiótelefon szolgáltatók piacralépését elősegítő egyirányú hozzáférési szolgáltatások tehát jogi korlátok miatt nem léteznek a magyar piacon, ám érdemes azok jelentőségéről némi szót ejteni.

A frekvenciához jutás korlátossága következtében a mobil ágazat igen zárt piacnak számít. A zárt jelleget oldó mechanizmusként a világ néhány országában kialakuló hozzáférési együttműködés alapján – meghatározott hálózati elemek használatának biztosításával, idő vagy kapacitás átadásával – létrejöttek olyan mobil rádiótelefon szolgáltatók, amelyek nem rendelkeznek a mobil távközlési hálózat minden elemével, vagy adott esetben egyáltalán nem rendelkeznek hálózattal. Ezeket a szakmában összefoglaló néven szokták virtuális mobil rádiótelefon szolgáltatóknak nevezni – az elnevezés mögött azonban sokféle szolgáltatási modell létezhet. A virtuális mobilszolgáltatók megjelenése tovább erősítheti a verseny intenzitását a retail piacon, és adott esetben hozzájárulhat ahhoz, hogy kiegyensúlyozottabb versenyfeltételek alakuljanak ki a teljes távközlési szektorban. Ezt annak a révén érhetik el, hogy hozzájárulhatnak az adott – jellemzően nagy üzleti – fogyasztók komplex igényeit kielégíteni képes szolgáltatók közötti versenyhez is. Fontos körülmény lehet ugyanis egy meghatározott fogyasztói körnél, hogy a számára komplex üzleti megoldásokat kínáló szolgáltató képes-e az adatátviteli és egyéb vezeték nélküli megoldások mellett a mobil rádiótelefon szolgáltatást is megjeleníteni a portfóliójában. A virtuális mobil rádiótelefon szolgáltatást megalapozó együttműködések lehetőségeinek elemzésekor azonban fontos azt a körülményt is figyelembe venni, hogy adott pillanatban milyen a szóban forgó mobil rádiótelefon hálózatok kiépítettsége, kihasználtsága, milyen a retail piaci verseny szintje stb. Korábban már kitértünk azon körülmény bemutatására, hogy a mobil előfizetői kör bővülésének határait elérő piacon új versenyzési hatások jelenthetnek meg. A kapacitás kihasználtságára vonatkozó érdekek is motiválhatják továbbá az új utak keresését a mobil ágazat szereplői számára. Mindezek együttesen abba az irányba hatnak, hogy a hazai mobil ágazat fejlődésével párhuzamosan – és a jogi korlátok megszűnéséhez közeledve – a hazai piacon is megjelenhet az említett együttműködési forma iránti igény. Ez a körülmény fontos lehet a hálózattal rendelkező mobil szolgáltatók, a virtuális szolgáltatási piacra belépni kívánó vállalkozások és a szabályozók számára egyaránt.

6.4.3. Roaming szolgáltatások

6.4.3.1. Belföldi roaming

Belföldi roaming szolgáltatást – a hálózat használatának biztosítása érdekében, koncessziós szerződésüknek megfelelően – a W900 és a PGSM is nyújtott a Vodafone részére, a piacra lépése utáni egy évben. Ma már csak a PGSM hálózatát használják a Vodafone előfizetői, ez a szerződés azonban már önkéntes és piaci alapon jött létre. Az előző pontban részletezett indokok alapján ezt a szolgáltatást az egyirányú hozzáférési szolgáltatások kategóriájába sorolhatjuk be.

6.4.3.2. Külföldi társaságoknak nyújtott roaming szolgáltatások

A külföldi mobilszolgáltatók előfizetői magyarországi tartózkodásuk idején mobiltelefonjukat a magyar mobil szolgáltatók hálózatának igénybevételeivel használhatják, a külföldi szolgáltatók és a magyar mobilszolgáltatók közötti roaming szerződések alapján. A magyar mobilszolgáltatók a külföldi társszolgáltatóktól kapják meg szolgáltatásuk ellenértékét.

6.4.3.3. Hazai előfizetők külföldi roamingolása

Ez a piac elkülönül az eddigiektől, mert ezt a szolgáltatást ugyan közvetlenül a magyar szolgáltató nyújtja a saját előfizetői részére, ám ezt a külföldi mobilszolgáltatók közvetítésével nyújtják a hazai vállalatok. Ebben az esetben tehát a külföldi szolgáltatók vesznek részt egyfajta wholesale piacon – a hazai mobilszolgáltatóval megkötött megállapodás, illetve a GSM Association által létrehozott rendszer szerint – míg a hazai mobil rádiótelefon szolgáltató vállalkozások valójában retail piaci szereplők. Az előfizetők ezen szolgáltatásért is a saját mobilszolgáltatójuknak fizetnek, majd az ebből származó bevételt a hazai és a külföldi mobilszolgáltató a roaming szerződésüknek megfelelően megosztja. Ezen szolgáltatásnak tehát meghatározó eleme a külföldi szolgáltató által nyújtott wholesale típusú szolgáltatás, ám annak a piacnak az értékelése kiesik az ágazati vizsgálat hatóköréből. Mindazonáltal ismert, hogy a GSM Association által kialakított elszámolási és egyéb feltételek – ahogy arra korábban utaltunk – alapvetően befolyásolják a nemzetközi roaming piacot, és ennek vizsgálata az Európai Unióban még nem fejeződött be. Az ottani vizsgálatok arra utalnak, hogy a nemzetközi roamingot jelenleg egyetlen piacként kell tekinteni.

6.4.4. A végződtetési piac

A vezetékes hálózatokhoz hasonlóan a mobil hálózatok is különbséget tesznek hívás-indítás és végződtetés között. Az elmúlt évek nemzetközi és hazai tapasztalatai azt mutatják, hogy a piaci szereplők egy része azt állítja, hogy a mobil hálózatokon történő végződtetés piaci működési zavarokkal terhelt. Különösen nehéz esetnek számít a vezetékesből mobilba jutó hívások árazása. Számos ország gyakorlata szerint a mobil szolgáltató először megállapítja az árat a mobil szolgáltatás nyújtásáért, majd megszabja a vezetékes-mobil hívás díját⁹⁸. A fogyasztók jellemzően nem aszerint választják meg mobil szolgáltatójukat, hogy milyen árat

⁹⁸ Hasonló volt a helyzet Magyarországon is a Tt. 2001. júliusi módosításáig.

állapított meg erre a relációra. Az ár a mobil szolgáltató árlistáján nem is jelenik meg, csak a vezetékiesen. Emiatt a fogyasztó nincs is tudatában annak, hogy az árat a mobil szolgáltatója szabta meg a vezetékies számára. Vannak azonban olyan országok is – 2001. óta Magyarország is ezek közé tartozik –, ahol a retail árat a vezetékies szolgáltató állapítja meg. A felmerülő problémák értékelése során elsősorban abban kell tudni állást foglalni, hogy valójában milyen piacon helyezkedik el a mobil rádiótelefon vállalkozás végződtetési szolgáltatása.

Az Egyesült Királyság piacát felmérő Oftel szerint a megfelelő piacdefiníció az, ha az összes vállalat saját előfizetői végződtetését külön piacként kezeljük. Ennek az az alapvető oka, hogy a hívó fél egy adott előfizetőt kíván elérni, és kénytelen annak a telefontársaságnak fizetni végződtetési díjat, amelyiknek a hívott fél az előfizetője. Az egyes mobil rádiótelefon szolgáltatók hálózatában való hívásvégződtetés mint áru – azaz a helyettesítési elemzésben rögzített kiindulási pont – Magyarországon is elfogadható, ám mindenképpen meg kell vizsgálni a hazai piaci körülmények között a helyettesítési lehetőségeket.

A végződtetési díjjal kapcsolatban a GVH azt az értelmezést tartja helyénvalónak, amely szerint ez a hívó fél és a hívott fél telefontársasága között létrejövő kapcsolat ára. Emellett szól az, hogy a hívó fél dönt a hívásvégződtetési szolgáltatás igénybevételéről, és ő is fizet ezért. A hívott fél választja a végződtető telefontársaságot, viszont ő a hívásvégződtetési szolgáltatásért külön nem fizet, az ő elérhetőségének lehetősége a hozzáférési csomag része. A GVH álláspontja szerint ezen kiinduló tétel rögzítése könnyebben kezelhetővé teszi a felmerülő problémákat.

A részletes elemzés bemutatása előtt rögzíteni kell továbbá azt a körülményt is, hogy a vizsgált időszakban – és jelenleg is – az adott hívás terheit kizárólagosan a hívó fél viseli, azaz a hívó fél fizet elve érvényesül Magyarországon. Az Oftel szerint a CPP-elv („hívó fél fizet” – Calling Party Pays) alkalmazása csökkenti a versenyt, mert az emberek a saját előfizetésük kiválasztásakor nem veszik figyelembe azon végződtetési díjakat, amelyek az ő elérhetőségüket biztosító hívásokkor kerülnek elszámolásra. Ez a feltételezés az Egyesült Királyságban megállta a helyét, ám meg kell vizsgálnunk, hogy vajon Magyarországon milyen körülmények befolyásolják az előfizetői – mind a hívó, mind a hívott – döntéseket. Melyek azok a tényezők, amelyek csökkenthetik a CPP hatását?

6.4.4.1. Fogyasztói magatartás

Ezen elemzésben kell kitérni a hívó és a hívott fél döntését befolyásoló körülményekre, azaz tulajdonképpen kettős keresleti helyettesítési elemzést kell lefolytatnunk, mind a hívó, mind a hívott oldaláról kiindulva.

6.4.4.1.1. *A hívó fél magatartása*

A fogyasztói magatartások vizsgálata során elsőként térjünk ki arra a kérdésre, hogy a hívó fél milyen döntési helyzetben van – milyen keresleti helyettesítési lehetőségei vannak. Az elemzés során alkalmazhatunk egyrészt intuitív, másrészt – a rendelkezésre álló információk korlátainak figyelembe vételével – empirikus módszereket.

Intuitív megközelítésünk során a piac elemzésekor elsőként fontos megvizsgálni, hogy a hívás irányára vonatkozó döntést mely tényezők motiválhatják. Ezt elsősorban az befolyásolja, hogy a hívó által a kommunikációba bevonni kívánt felhasználó – azaz a hívott fél – milyen formában és milyen áron érhető el. A forma tekintetében potenciálisan természetesen sokféle utat elképzelhetünk – egészen a személyes, távközlési utat figyelmen kívül hagyó formától a

postai levelezésén vagy Interneten küldött e-mailek keresztül a hangalapú, valós idejű távközlési kommunikációig. A különböző lehetőségek között alapvetően ki kell emelnünk a hangalapú, valós idejű kommunikációt, amely az azonnaliság biztosításával olyan specialitással bír a többi formával szemben, amelynek következtében külön kategóriaként kell kezelnünk. A hangalapú, valós idejű kommunikációt a vizsgált időszakban kétféle szolgáltatás biztosíthatta a felhasználók számára: egyrészt a (vezetékes) távbeszélő szolgáltatás, másrészt a mobil rádiótelefon szolgáltatás. Fontos ezen kommunikációs formán belül továbbá hangsúlyozni a mobil technológia azon sajátosságát, hogy mindenképpen személyes kommunikáció lehetőségét nyújtja, más technológiánál jóval nagyobb esélyt biztosít arra, hogy a hívott felet közvetlenül lehessen elérni, bevonni a hangalapú kommunikációba.

A hívó fél döntésében tehát a feltétlen személyes kommunikációt biztosító mobil technológián keresztüli eléréssel megvalósuló hívás is elkülönült, sajátos felhasználási célt képvisel, ezért megkülönböztetjük más területektől. A továbbiakban kell kitérni arra a körülményre, hogy a mobil technológia – azaz mobil végződtetés – felhasználásával megvalósított kommunikáció során a fogyasztóknak milyen választási lehetőségük van az egyes mobil hálózatokat működtető szolgáltatók kiválasztása során. Másképpen fogalmazva: mely tényezők befolyásolják azt a döntést, hogy a hívó mely mobil hálózatban kívánja majd a hívást végződtetni?

Az elemzés során tekintettel kell lenni arra a körülményre, hogy a vizsgált időszakban Magyarországon – és egyébként máshol a világon – nem jellemző, hogy a mobil felhasználóknak tömeges méretben lenne több mobil előfizetése, és a hívónak ezáltal választani lehetne, hogy mely vállalkozás által működtetett hálózaton kívánja őt elérni. Ennek alapján a hívó fél nincs közvetlen választási lehetőség előtt abban a tekintetben, hogy az elérni kívánt felet mely mobil szolgáltató hálózatán hívja fel – ez tehát azt jelenti, hogy rövid úton beláthatjuk a hívó fél keresleti helyettesítési lehetőségeinek hiányát.

Az empirikus megközelítés alkalmazásakor is fel kell tennünk kiinduló kérdéseket: milyen tényezők szükségesek ahhoz, hogy a hívó fél helyettesítsen?⁹⁹ Annak, hogy a hívó fél helyettesítsen, az Oftel szerint három kritériuma van:

- a fogyasztók tudják, hogy mobilt hívnak;
- a fogyasztók tisztában legyenek az árakkal; és
- helyettesítsenek is a gyakorlatban.

Könnyen beláthatjuk, hogy ezen hármas kitétel érvényesül Magyarországon is, a vizsgálati szempontok tekintetében nincs eltérés hazánk és az Egyesült Királyság piaca között.

Az első pontra vonatkozóan részletes felmérés Magyarországon nem készült, ám nagyon valószínű, hogy ebben az esetben az Egyesült Királyságban megfigyelhető állapotoktól¹⁰⁰ eltérő helyzet alakult ki. Feltehető ugyanis, hogy Magyarországon ebből a szempontból áll fenn leginkább a fogyasztói tudatosság – a vizsgált időszakban a mobil hálózatba irányuló hívásokat egyértelműen megjelölte az adott mobil szolgáltatóhoz tartozó kijelölő szám. A mobil szolgáltatók ráadásul ezen kijelölő számoknak sok esetben nagy jelentőséget

⁹⁹ Ezen elemzés kiinduló kérdéseinek feltétele során nem vesszük figyelembe a hívó fél keresleti lehetőségeinek korlátaira vonatkozóan az előzőekben feltárt következtetéseket – attól az elemzéstől függetlenül ismételtelen feltételezzük tehát, hogy a hívó fél számára a mobil hálózatba irányuló hívásoknak léteznek helyettesítő termékei.

¹⁰⁰ Az Oftel felmérése szerint ugyanis a brit fogyasztók körében ezen tényezőre vonatkozó tudatossági szint is igen alacsony.

tulajdonítottak, és a marketing politikájuk részévé tették. Fontos körülmény azonban, hogy ez a tényező még messze nem elég a helyettesítési lehetőség feltételezéséhez – ahhoz az is kell, hogy a hívó fél abban a pozícióban legyen, hogy valóban helyettesíthet.

A második pontban megfogalmazott területről – azaz az árral kapcsolatos tudatosságról – az egyik hazai mobil szolgáltató szolgáltatott adatokból a következők derülnek ki. A csúcsidő végének és kezdetének időpontját a megkérdezett előfizetők a következő arányban találták el.

6. táblázat: Fogyasztók tudatossága a csúcsidővel kapcsolatban

	Helyesen válaszolók aránya	Nem is válaszolók aránya
Csúcsidő kezdete	51%	19%
Csúcsidő vége	67%	20%

Eszerint az emberek harmada-fele hiába ismerné pontosan a percdíjakat, mégse sokra tudná használni ezt a tudását, hiszen azzal nincsen tisztában, hogy ezek mikor érvényesek. Azonban a percdíjak ismerete sem tökéletes. A következő táblázatban az látható, hogy a válaszadók legtöbbször által megnevezett percdíjak hogyan viszonyulnak a valós percdíjhoz.

7. táblázat: Fogyasztók tudatossága a hálózaton belüli és kívüli díjakra vonatkozóan

Csúcsidős hálózaton belüli hívás (xx Ft)		Csúcsidős hálózaton kívüli hívás (yy Ft)	
Válasz (Ft)	Válaszadók aránya	Válasz (Ft)	Válaszadók aránya
xx+25%	43%	yy-40%	29%
xx+87%	12%	yy+25%	21%

Ez alapján egyik esetben sem volt a valós percdíj a két leggyakrabban adott válasz között, és elég jelentős mértékben eltérnek a tényleges díjak a vélt percdíjaktól. Ennek a két csúcsidős percdíjnak a vizsgálata azért is nagyon érdekes, mert egy másik felmérés szerint ezek a fogyasztók számára a legfontosabb költségtényezők. Vagyis ebből a tanulmányból az derül ki, hogy a fogyasztók tudatossága nagyon alacsony, ezért a fogyasztói döntésekben az ártényezők torzítottan jelennek meg, ami korlátozza a versenyt.¹⁰¹

A tényleges helyettesítési lehetőségekre áttérve¹⁰² azt állapíthatjuk meg, hogy a helyettesítés lehetősége nem túl tág, azonban az elképzelhető, hogy – amennyiben a hívások nagyon drágák – esetlegesen kevesebbet telefonálnak a fogyasztók, illetve egy hívás rövidebb lesz. Ezek közül az utóbbi vizsgálható, és egyértelműen kimutatható, hogy a mobil-mobil,

¹⁰¹ Ez a megállapítás nem csak a végződtetési díjakra igaz. Érdekes lehet további vizsgálatokat folytatni ezen a területen, és a jelenség okai közül elsősre azt sem lehet kizárni, hogy a szolgáltatók éppen a fogyasztói magatartás ismeretében nem tájékoztatják megfelelően a fogyasztókat.

¹⁰² Az elemzés menete ezen a ponton kapcsolódik az elsőként kifejtett módszerhez.

vezetékes-mobil, mobil-vezetékes hívások rövidebbek, mint a fix-fix hívások. Az emberek alapvetően más célra használják a mobiltelefont, mint a vezetékest.

Ilyen módon a mobil cégek – esetleg mint monopolisták – olyan keresleti jellemzőkkel néznek szembe, hogy az általuk eladott előfizetéseket nem befolyásolja igazán a végződtetési díj, viszont az általuk a végződtetési piacon szerzett bevételeket valamilyen mértékben igen. Ez viszont nem jelenti azt, hogy ne lennének monopolisták, hiszen a monopolistát is korlátozza a keresleti függvény, és nem jelenti azt sem, hogy a helyettesítés olyan erős lenne, hogy ne lenne külön piac a végződtetési piac.

A következő lehetőség, hogy a fogyasztó – a hívó fél – helyettesíti a kimenő mobil hívást valami mással. Egyik lehetőség a fix-fix hívás, ahol a hívó fél kikerülheti a mobil végződtetési díjat. Ez valószínűleg más funkciót tölt be, amire – az empirikus adatok közül – egyedül a hívás hosszából következtethetünk, ahol jelentős eltérés van. Az Oftel felmérései szerint a fogyasztók más célra használják a mobil hívást, mint a fix-fixet, ami persze nem jelenti azt, hogy Magyarországon is így van, viszont igen valószínű. Fontos ugyanis az a korábban már hangoztatott körülmény, hogy a vezetékes készülék hívásakor a hívó fél nem tudhatja pontosan, hogy valóban eléri-e a hívott felet – ezzel szemben a mobil készülék hívásakor ennek a valószínűsége magasabb.¹⁰³ A legfontosabb érv azonban az, hogy a vezetékes és a mobil piac a retail szegmensben külön piacnak bizonyult, ezért itt sem korlátozhatja eléggé a hipotetikus monopolista mobilpiaci tevékenységét a vezetékes szolgáltató.

A következő helyettesítési lehetőség a mobil-mobil helyettesítés, konkrétan az, hogy valakinek több telefonja vagy több SIM-kártyája van, és mindig azt használja, amelyik a legolcsóbb. Itt viszont – mivel a vállalatok száma elég korlátozott a piacon – nem is igazán a különböző végződtetési díjak versenyeznek egymással, hanem inkább arról lehet szó, hogy amennyiben a hálózaton kívüli hívások díjai nagyon magasak (például a magas végződtetési díjak miatt), akkor a fogyasztók hálózaton belüli hívással helyettesítik a hálózaton kívüli hívásokat.

Ennek a helyettesítésnek azonban nagyon magas belépési költségei lennének. Ráadásul elég kényelmetlen állandóan cserélni a SIM-kártyákat, ezért ebben az esetben elképzelhető, hogy érdemes egy másik telefonkészüléket is vásárolni, ami még tovább növeli a költségeket. Nem ismeretesek ezzel kapcsolatban empirikus adatok, de az ilyen előfizetők aránya valószínűsíthetően nem túl magas.

Megemlíthető még az sms küldés mint esetleges helyettesítő, emellett az Oftel hivatkozik a zárt fogyasztói csoportokra¹⁰⁴ és a visszahívás lehetőségére, hozzátéve, hogy nem találtak bizonyítékokat arra vonatkozóan, hogy ezek a végződtetés tekintetében versenyt teremtenének. Valószínűleg Magyarországon sincs ez másképp, ráadásul nincs is erre vonatkozóan adat.

6.4.4.1.2. A hívott fél magatartása

Az elemzés jelen fázisában térjünk ki a hívott fél döntésének körülményeit befolyásoló tényezőkre. Utaljunk vissza az előző pontban kifejtettekre: jelen elemzésünk a hívott fél döntésének körülményeit abban a kontextusban kívánja megvizsgálni, hogy az ő elérése lehetőségeinek körét milyen mértékben veszi figyelembe a hívott fél a távközlési

¹⁰³ Éppen ezért hívjuk a mobil szolgáltatást személyes kommunikációnak.

¹⁰⁴ closed user group

szolgáltatásai igénybevételére vonatkozó döntések során. Egyszerűbben fogalmazva: mennyiben befolyásolja a hívott felet az, hogy az általa választott távközlési útvonalon milyen áron lehet őt elérni, mennyi a végződtes az adott hálózatba? A hivatkozott tanulmány szerint az emberek Angliában nem igazán veszik figyelembe, hogy melyik szolgáltató milyen összekapcsolási díjakat kínál, vagyis hogy mennyiért lehet őket elérni. Az Oftel rendelkezik egy felméréssel, mely szerint a lakossági előfizetőknek 13%-át, az üzleti előfizetőknek pedig 31%-át érdekli ez a kérdés. Ez alapján azt lehet gondolni, hogy nem túl erős a verseny, mert az emberek nem ez alapján döntenek.

Magyarországon ugyan közvetlenül ezen arányra vonatkozóan nem áll rendelkezésre adat, viszont a GVH által ismert piackutatások biztos kiindulási pontot adnak a hazai elemzés elvégzéséhez. Azon felmérésekben, amelyek a fogyasztók számára fontos tényezőket vizsgálják, illetve azokban, amelyek a fogyasztók érzékenységre kérdeznék rá, egyik helyen sem merül fel az, hogy az összekapcsolási díjak befolyásolnák a fogyasztók szolgáltató-választását. Ennek alapján arra a következtetésre lehet jutni, hogy amennyiben a vállalatok még a díjsomagok választását előkészítő kérdőívekben sem foglalkoznak ezzel, akkor szinte kizárt, hogy ezen a területen erősebb versenyt éreznének, és ilyen jellegű nyomás hatna rájuk.

Összefoglalva, úgy tűnik, hogy a keresleti helyettesíthetőség elég gyenge a hívott fél oldalán, mert egyáltalán nem érdekli az, hogy mekkora a végződtes díj. Másrészt a hívó fél helyettesítési lehetőségei meglehetősen korlátozottak, több kártya vagy telefon esetén pedig elég nagy a belépési korlát, és úgy tűnik, ezt nem sokan használják. Tehát a keresleti oldalról nem korlátozza a helyettesítés az áremelést.

6.4.4.2. Kínálati helyettesíthetőség

A kínálati piacon egyelőre lehetetlen a helyettesíthetőség, mert az előfizetők SIM-kártyájához csak az a vállalat férhet hozzá, amelynek az adott ügyfél az előfizetője. Egyszerűen technikailag nehéz elképzelni, hogy valaki más végződtesni tudjon az előfizető számára, ezért nem tűnik lehetségesnek, hogy amennyiben valamelyik vállalat jelentősen megnöveli a saját piacon a végződtes díjakat, akkor valamelyik másik vállalat be tudjon lépni erre a piacra.

6.4.4.3. Vezetékes-mobil és mobil-mobil végződtesési piac

Az eddigiekből az derül ki, hogy a végződtesési piac nem nagyobb, mint egy-egy cég előfizetői köre. Viszont érdemes azt is megvizsgálni, hogy nem kisebb-e. Ez a kérdés azért aktuális, mert Magyarországon a vezetékes-mobil végződtesési ár a vizsgált időszak legnagyobb részében jelentősen eltért a mobil-mobil végződtesési ártól. Másrészt a vezetékes-mobil végződtesési díjak szabályozása többé-kevésbé feltételezi azt, hogy ezek külön piacon vannak a mobil-mobil végződtesési díjaktól. Amennyiben ez egy piacnak tekinthető, akkor a szabályozás ésszerűsége erőteljesen megkérdőjelezhető.

A vezetékes és a mobil hálózatokból érkező hívások mobil hálózatban történő végződtesése ugyanazon hálózati elemek felhasználásával történik, ennek megfelelően költségek oldaláról nézve nem indokolt a hívások eredete szerint különböző végződtesési díjakat alkalmazni.

A keresleti oldalon a két piac közötti helyettesíthetőség azt jelenti, hogy a hívó fél eldönti, hogy vezetékes vagy mobil telefonról indítja a hívást. Ez elvileg nem kizárt, mivel a két ár között nincs nagy eltérés. A kérdés igazából csak akkor releváns, ha egy vezetékes és egy mobil telefon is van a közelben, tehát otthonról vagy irodából. Viszont egyáltalán nem biztos

az, hogy az emberek eléggé tisztában vannak az árkülönbségekkel, és az sem, hogy hajlamosak a helyettesítésre. Ráadásul egy Magyarországon elvégzett felmérésből kiderült, hogy a fogyasztók körében kialakult egy olyan, elég szilárd szokás, hogy mobilról mobiltelefont, fixről pedig fix telefont hívnak.¹⁰⁵

A kínálati oldalon sokkal erősebb a helyettesítés. Elég nehéz elképzelni azt, hogy egy vállalat egy cég előfizetőit csak mobil oldalról képes végződtetni, egy másik pedig csak vezetékéről.¹⁰⁶ Amennyiben ezt feltesszük, akkor az is igaz, hogy adott vállalat rendelkezik az „A” cég előfizetőinek SIM-kártya adataival, vagyis nincs technikai akadálya a különböző irányokból érkező hívások szerinti helyettesítésnek. Egy ilyen vállalatnak a másik piacon sem lehet túl magas a belépési korlátja. Ilyen módon ebben a teljesen hipotetikus (és irreális) helyzetben a kínálati helyettesítés nagyon erős lehet. Tehát ebben az esetben a hipotetikus monopolista teszt a kínálati oldalon nem támasztja alá a két piac különbözőségét, vagyis ezeket nincs értelme elkülöníteni.

6.4.4.4. A jövő

Az Oftel felsorol több olyan lehetőséget, amely növelheti a helyettesíthetőséget, bár arra a következtetésre jut, hogy belátható időn belül ezek közül várhatóan egyik sem változtatja meg alapvetően a helyzetet. Ezek a tényezők a következők:

- a fogyasztói tudatosság változása, és
- a technikai fejlődés.

Magyarországon még kevésbé valószínű, hogy a közeljövőben jelentősen változna a helyzet. A fogyasztói tudatosság nyilván nálunk is növekszik majd, azonban az Oftel által a technikai fejlődést illetően felvázolt több lehetőség közül hazánkban egyelőre még egyik sem vetődött fel.

Az elvégzett elemzés alapján úgy tűnik, hogy a végződtetési piac reális definíciója tehát az, ha az összes vállalatot egyedüli szereplőnek tekintjük a saját előfizetőinek nyújtott végződtetési piacon, és valószínűleg ez a közeljövőben sem fog megváltozni. A fogyasztói tudatosság nem túl magas, ami nem abba az irányba hat, hogy komoly verseny alakuljon ki.

6.4.5. Wholesale piaci összefoglalás

A wholesale szektorral kapcsolatban a következőket állapíthatjuk meg:

- A wholesale területen azonosított szolgáltatások a retail szolgáltatástól elkülönült piacon helyezkednek el
- A wholesale terület Magyarországon éretlen, nem egységes, és ez alapján nem egyértelműek az egyes piacok határai, az azonban bizonyos, hogy a területen belül több önálló piac létezik.

¹⁰⁵ A felmérés a vizsgálat során beszerzett üzleti titoknak minősül.

¹⁰⁶ Ez azt jelenti, hogy az egyik cég kizárólag azoknak képes szolgáltatást nyújtani, akik az adott előfizetői kört vezetékes hálózatról hívják, míg a másik csak azoknak az ügyfeleknek, akik ugyanezt az előfizetői kört mobil hálózatról kívánják elérni.

- A felmerülő problémák sokasága miatt a GVH részletesebben foglalkozott az egyes szolgáltatási kategóriák közül a végződtetési szegmensen, és ezzel kapcsolatban a jelenlegi álláspontja az, hogy – tekintettel többek között a műszaki helyettesítési lehetőségekre, a fogyasztói tudatossággal kapcsolatosan rendelkezésre álló információkra – az egyes szolgáltatók saját hálózatában biztosított végződtetési lehetőségek kijelölik a piaci határokat. Hangsúlyozandó ugyanakkor, hogy a piac határainak ilyen megközelítése nem jelenti automatikusan, hogy a hazai piaci hatalmi pozíciókkal kapcsolatosan is véleményt lehetne alkotni. Ezen értékelés kívül esik az ágazati vizsgálat hatókörén.
- A wholesale szegmensen belül tehát – figyelemmel eltérő jellemzőikre, különösen a felhasználási cél, minőség és ár tekintetében – a vizsgált időszakban Magyarországon létező szolgáltatások vonatkozásában a következő kategóriákat különböztethetjük meg:
 - 1) a belföldi mobilszolgáltatók egymásnak, illetve egyéb vállalatoknak nyújtott egyirányú hozzáférési szolgáltatásai,
 - 2) a külföldi társaságoknak nyújtott nemzetközi roaming szolgáltatások, és
 - 3) a különféle szolgáltatók saját végződtetési piacai.

6.5. Földrajzi piac

6.5.1. Országos piac

Az összes olyan esetben, amikor a szolgáltatók nyilatkoztak erről a kérdésről, a földrajzi piacnak Magyarország egész területét tartották, és ez volt a GVH előzetes álláspontja is. Ez az állítás hipotetikus monopolista teszttel könnyen alátámasztható, hiszen több országos hálózattal rendelkező mobilszolgáltató is van, amelyek könnyen be tudnának lépni a hipotetikus monopolista piacára, ilyen módon a kínálati helyettesítés miatt a hipotetikus monopolista teszt nem igazolná földrajzilag külön piacok létezését.

Ugyanakkor az sem indokolt, hogy a földrajzi piac határait kiterjesszük Magyarország határain túlra, bár technikailag lehetséges az, hogy egy Magyarországon élő ember egy külföldi mobilszolgáltatóval legyen előfizetéses szerződéses viszonyban. A gyakorlatban azonban ez a helyettesítés nem túl valószínű, hiszen így más magyar mobil előfizetőket csak több áttételen keresztül (a szolgáltatók közötti szerződések révén), ezáltal drágábban és feltételezhetően rosszabb minőségben lehetne elérni. Ugyanezen megfontolások miatt az sem valószínű, hogy a hazai szolgáltatók jelenének meg külföldön előfizetéseket kínálva. További korlátként szükséges megemlíteni az egyes országok közötti jogi szabályozás eltérő voltát, a piacralépés jogi nehézségeit.

6.5.2. Részpiacok elhatárolása

Ettől függetlenül azonban bizonyos esetekben érdemes foglalkozni a területi elkülönítéssel a városi és vidéki területek vonatkozásában. A kettő közti megkülönböztetést a hálózat kihasználtságában jelentkező eltérés indokolja. A fölösleges, kihasználatlan kapacitások értékesítése alacsony határkölség mellett juttatja bevételhez a vállalatokat. Emiatt a két piacon különböző stratégiára van szükség. Ennek jelei a magyar piacon a következők:

- A W900 a vidéki marginális fogyasztók megszerzéséhez bevezette a zöld zóna díjcsomagot, amely a vidéki területeken olcsóbb tarifákat jelent.
- A Vodafone külön csomagokat vezetett be, amely a Vodafone-hálózattal lefedett, elsősorban városi területeken alacsonyabb percdíjakat ajánl.
- A W900 emellett megállapodást kötött a MATÁV-val (MATÁV RLL szerződés), amely szerint alvállalkozóként részt vesz a MATÁV előfizetői szolgáltatás nyújtásában.
- A PGSM és a Vodafone között pedig belföldi roaming szerződés jött létre, amely 2001 januárjától piaci árakon működik – jellemzően a vidéki, a Vodafone által le nem fedett területekre, amelyek a PGSM hálózatában nem magas kihasználtságúak. (Ilyen szerződés korábban is létezett – kötelező alapon – mind a W900-zal, mind a PGSM-mel a Vodafone országos lefedettségének biztosítása érdekében akkor, amikor az még nem rendelkezett saját hálózattal.)

Bár ezek közül a két utolsó nagykereskedelmi jellegű szerződés, azt láthatjuk, hogy a városi és vidéki régióban a vállalatoknak mások az áraik, más a határköltségük, és más stratégiát alkalmaznak. Épp emiatt bizonyos esetekben érdemes lehet a két területet külön kezelni.

7. Véggkövetkeztetések

A mobil rádiótelefon szolgáltatási ágazat vizsgálatának kitűzött célja a versenyviszonyok felmérése és az esetleges beavatkozási területek feltárása volt. A versenyviszonyok felmérésevel kapcsolatban elmondható, hogy az ágazat bevételeinek zömét kitevő területen a vizsgálat képes volt a rendelkezésre álló adatsorokból bizonyos következtetéseket levonni. Ennek megfelelően általában eljutott a vizsgálat addig a pontig, hogy képes volt megállapítani, hogy adott piacon érvényesülnek-e a verseny kényszerítő hatásai olyan mértékben, hogy azt versenypiacnak lehessen nevezni, vagy sem.

A vizsgálat indításakor felmerülő előzetes kérdésekkel kapcsolatos álláspontot a következőkben lehet összefoglalni:

- A mobil rádiótelefon szolgáltatás és a vezetékes szolgáltatás árszínvonala átlagosan valóban nagy különbséget mutat, a mobil árak még mindig meghaladják a vezetékes árakat. A két szektor kölcsönös versenyviszonyainak elemzése viszont arra a következtetésre juttatta a GVH-t, hogy általánosságban nem helyettesítheti egymást a vezetékes és a mobil szolgáltatás. Az árak összehasonlítása során azonban feltárt két olyan területet a vizsgálat, ahol szimplán az árak összehasonlítása révén lehetőség lenne a helyettesítésre. Az egyik ilyen terület a nagyfogyasztók belföldi hívásai, ahol a mobil szolgáltatók által nyújtott kedvezmények a vezetékes belföldi hívással versenyképes árakat tudnak biztosítani. A másik terület a hívást nem vagy csak nagyon ritkán kezdeményező kisfogyasztók számára biztosított hozzáférés. Ebben az esetben a mobil szolgáltatók prepaid csomagjai képesek versenyképes árakat biztosítani a vezetékes szolgáltatók kisfogyasztói csomagjával. A vizsgálat egyik esetben sem tárt fel egyértelmű bizonyítékot arra, hogy az árak ilyen kapcsolata valóban tömeges helyettesítési döntésre vezet az adott fogyasztói csoportokat. Fontos továbbá kiemelni, hogy a mobil rádiótelefon szolgáltatás igénybevételi szolgáltatásainak (retail) piacán megfigyelhető versenykörülmények az egyes szolgáltatások csomagokban való értékesítését támogatják. Összességében tehát a vezetékes és a mobil szolgáltatások nem tekinthetők egymás helyettesítő termékeinek. (Ez egyébként igen jól alátámasztható azzal a kérdésfeltevéssel is, hogy a mobil szolgáltatások árainak átlagos 5-10%-os emelése révén vajon váltanának-e a fogyasztók a vezetékes szolgáltatásra.)

Mindez azt jelenti, hogy a két szektor árai közötti különbség önmagában nem értékelhető piaci zavarra utaló körülményként. A retail szolgáltatások mobil rádiótelefon szolgáltatás ágazatán belüli árviszonyainak elemzése tekintetében viszont egyértelműen csökkenő tendenciát figyelhetünk meg – ez pedig a retail piaci versenyre enged következtetni.

- Az összekapcsolási díjakra vonatkozóan a következő megállapítások tehetők:
 - i. A vezetékes és mobil hálózatok végződtetési díjai közötti árkülönbség további vizsgálata nem releváns a két ágazat – fent kifejtett – helyettesítési viszonyai következtében;
 - ii. A mobil rádiótelefon hálózatban végződő hívások díjainak alakulása – figyelembe véve az árak változását és az egyes irányokból érkező hívások árazásának különbségét – egyértelműen valamilyen piaci zavart mutatnak. Az elemzés egyrészt kimutatta ugyanis, hogy a vezetékes-mobil hívások – hosszuk

alapján – nagyon hasonlóak a mobil hálózatról indított hívásokhoz (lásd az 5.3.4. fejezetben kifejtett értékelést). Más szempontból viszont arra a következtetésre jutott az elemzés, hogy a vezetékes-mobil hívások árai és a mobil hálózatról indított hívások árai a korrelációs mutatók alapján nem mutatnak ilyen hasonlóságot (lásd a 4. sz. táblázatot). Ezen ellentmondáson túl nagyon lényeges pontja volt az elemzésnek, hogy a mobil végződtetés piaca nagy valószínűséggel szolgáltatónként elkülönült piac – azaz egy-egy szolgáltató monopolhelyzetben van – és ezen a piacon a mobil szolgáltatók – hatósági árra vonatkozó szabályozási beavatkozás hiányában – szabadon állapíthatják meg a végződtetési díjaikat. A kiemelt három körülmény együttesen azt az álláspontot erősítette meg, hogy a piacon olyan anomália van, amely valószínűsíthetően közvetlenül visszavezethető valamely vállalkozás(ok) piaci magatartására.

Amint azt már a jelentés kifejtette, abban az esetben, ha valószínűsíthető, hogy a piaci zavar valamely vállalkozás(ok) versenykorlátozó magatartására vezethető vissza, versenyfelügyeleti eljárást szükséges indítani. Az összekapcsolási díjakkal kapcsolatosan tehát az ágazati vizsgálat következtetése megegyezett a GVH-hoz érkezett azon bejelentésekkel, amelyek szerint a mobil végződtetési díjakkal kapcsolatosan versenyfelügyeleti eljárást kell lefolytatni. A versenyfelügyeleti eljárás az észlelést követően 2002 év elején megindult.¹⁰⁷

- A mobil rádiótelefon szolgáltatás piacára való belépés hiányával kapcsolatban a vizsgálat arra a következtetésre jutott, hogy annak elsősorban objektív körülményekre – a jogi környezetre – visszavezethető okai vannak. Ez tehát azt jelenti, hogy a belépés hiánya semmiképpen nem vezethető vissza valamely vállalkozás(ok) versenykorlátozó magatartására. A GVH továbbra is fenntartja azt az álláspontját, hogy a hozzáférési szerződések révén biztosított belépés adott esetben a verseny intenzitásának növelése révén növelheti a fogyasztói jólétet, ám ennek részletes elemzésére csak a jogi korlátok lebontását követően lehet sort keríteni.

A jelentés nem tartalmaz részletes jogalkotói beavatkozásra vonatkozó javaslatot, ám adott esetben a GVH a vizsgálat során összegyűjtött tapasztalatait felhasználva a jogalkotás továbbfejlesztéséhez hozzá tud járulni. A vizsgálat fontos tanulságaként levonható azonban az a következtetés, hogy szükséges a távközlés területén stratégiai jelentőségű ágazatok versenyviszonyainak időről időre történő felmérése. Ez az igény felmerül egyrészt a megalapozott versenyhatósági fellépés oldaláról, de a szabályozási döntések szintjén is. A szabályozás területén különös hangsúllyal bír a kérdés abban az összefüggésben, hogy az Európai Unió új szabályozási szerkezete éppen az adott piacok versenyviszonyainak tükrében rendel el beavatkozási szükségletet. Mindehhez az szükséges, hogy a vizsgálatot végző szerv rendelkezzen a munkájához szükséges adatokkal. A feladat megoldása során alapvetően két szempontot kell szem előtt tartani:

- adott hatóság rendelkezzen az adatok gyűjtéséhez elegendő eszközzel – ezek között kiemelendő, hogy bármely, akár üzleti titoknak minősülő adatokhoz hozzájuthasson, illetve, hogy a nem megfelelő adatszolgáltatás esetén rendelkezzen a jogkövető

¹⁰⁷ A GVH 2002. február 7-én indított versenyfelügyeleti eljárást a Tptv. 11. és 21. §§-i megsértésének tárgyában a mobil rádiótelefon szolgáltatók és a MATÁV Rt. ellen. A Vj-22/2002. számon indított vizsgálat 2002 szeptemberében is folyamatban van.

magatartásra való rábíráshoz elegendő szankcionálási jogkörrel. Ez alapvetően az adott adatszolgáltató méretéhez igazodó bírságolási lehetőséget jelenti.

- az adatszolgáltatás előre kiszámítható rendszerben történjen – az alapos felméréshez kellő hosszúságú idősorokon nyugvó meglehetősen mélységű adatsorokkal kell rendelkezni. Ez az adatszolgáltatóra is terhet ró, ezért az előre kiszámíthatóság fontos követelmény. Az adatok előre meghatározott rendszerben történő folyamatos, és kötelező gyűjtése nem ró aránytalan terhet az adatszolgáltatásra kötelezettekre, ugyanakkor biztosítja, hogy valós képet mutathasson be adott hatóság a versenyviszonyokról.