

Svar på spørsmål

Jeg viser beklager mitt noe sene svar på denne høringen. Jeg og Hudya har synspunkter på hvordan grossistmarkedet fungerer, men velger å svare noe mer verbalt og utenfor den struktur NKOM har lagt opp til. Jeg svarer også med innspill på markedet for fellesfakturerte tjenester, da jeg mener at slik disse tjenestene i dag fungerer vris konkurransen enda mer til fordel for MNO.

Grossistmarkedet.

Grossist markedet i Norge er fortsatt et duopol. ICE har fortsatt ikke pr dato noe tilbud i dette markedet, og det vi ta lang tid før de har et nett som kan konkurrer med de to øvrige. Det er først i de aller siste år Telia har fått et nett som er på høyde med Telenors, og som faktisk gir et reelt valg for SP og MVNO.

Imidlertid er det en stor utfordring med Duopol, og prissettingen bærer preg av dette. Etter vårt skjønn har begge aktører i et Duopol pr definisjon sterk markedsstilling, og begge aktører bør reguleres. Imidlertid må reguleringen være reell.

NKOM må regulere nett-eiere slik at de reelt sett må gi lik tilgang på nettressursene som egne service providere. Marginskvistestene som NKOM gjennomfører mot Telenor i dag er ikke et egnet verktøy for å slå fast dette.

Definer hvilke tjenester som faktisk kjøpes

Det er i dag svært lite forskjell i en SP avtale og en MVNO avtale. Forskjellen ligger i at MVNO avtalen er mye dyrere, og man får lov til selv å produsere en rekke tjenester som SP får utført av MNO. Prisene for data MVNO må betale er dog omtrent akkurat de samme som SP betaler – og strukturen er lik (for telefoni er strukturen annerledes, og man deler opp prisingen i både terminering og originering).

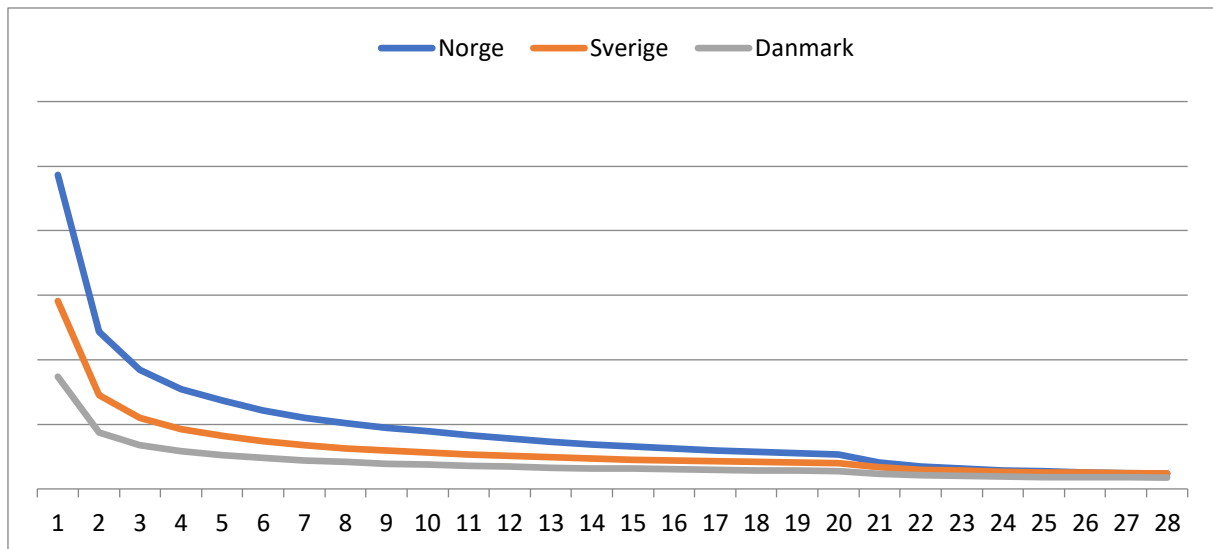
Det blir meningsløst for en aktør å investere tungt i systemer og nettkomponenter om man ikke får reduserte kostnader i driftsfasen. Derfor må reguleringen faktisk pålegge MNO å dele opp kostnadene per kostnadsbærende element, slik at man kan ta et reelt valg på tilknytningsform.

Modell for datakjøp

I dag fakturerer MNO data pr abonnement og måned. Alle andre tjenester faktureres samlet for hele volumet.

Vi kan ikke se logikken i dette, da man skal operere i et grossistmarked.

MNO priser data med svært høye priser for de første forbrukte MB per abonnent. Fra et visst nivå faller så prisen sterkt. Modellen er «kopierte» også i Sverige og Danmark, dog ligger prisene her på et lavere nivå. Jeg har tatt vekk verdiene, men grafen under viser de reelle datapriser man kan oppnå i Norge, Sverige og Danmark. Forskjellene er m.a.o. reelle. Det «pussige» er at modellen er helt lik uavhengig av hvor sterk konkurransen er i markedet. Inntjeningsbildet i alle markeder viser dog det samme. Kun MNO har mulighet til å tjene penger, mens alle små tilbydere nesten samtlige går med tap. Dette er derfor ikke et bilde av et fungerende marked.



MNO kontrollerer altså grossistkundesens prissetting til sluttkundene via denne mekanismen, hvilket er krystallklart når man ser på markedsbildet. Tilbudene blir svært like, og konkurrere man på pris, lider man store bedriftsøkonomiske tap. Følgen er at kun MNO tjener penger i markedet, og SP/MVNO's eneste reelle mulighet er å bygge opp en kundedatabase som så selges – eller virksomheten avvikles.

Forslag 1:

Pålegg MNO å selge alle tjenester på samme måte i grossistmarkedet. Det skal settes en reell pris på hver tjeneste for grossistkundesens uttak. Modellen er gjennomført for telefoni hvor man betaler samme pris for alle minutter, sms og MMS. Deretter oppnår man rabatt basert på volum. Tilsvarende bør det være for data.

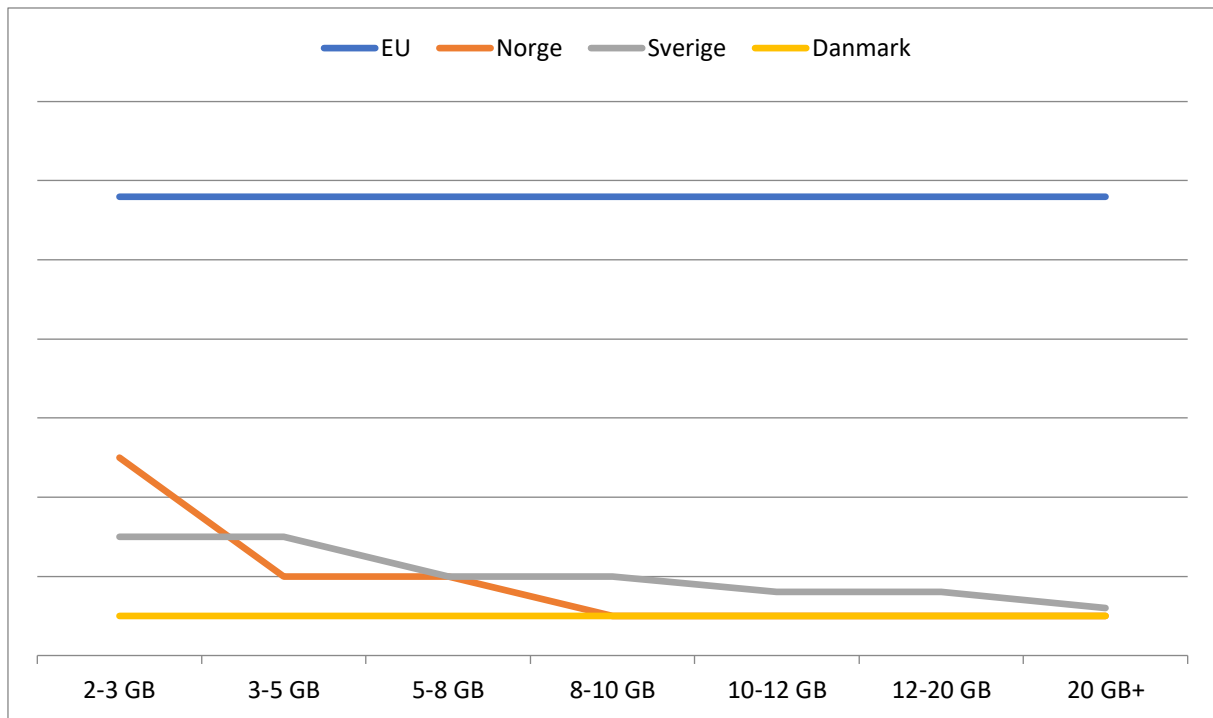
EU regulering favoriserer MNO

Vi mener også at dagens EU regulering hvor alle tilbydere må tilby data forbrukt i EU som i Norge til samme pris, vrir konkurransen til fordel for MNO.

Dette ganske enkelt fordi prisen for terminering i andre nett ikke spiller noen rolle for MNO. Alle vet at trafikk ut av nettet = trafikk inn når nettet er av en viss størrelse. Avvik fra dette kan være periodiske, men i det lange løp bytter man bare trafikk.

Derfor spiller det ingen rolle for f.eks. Telenor om prisen for dataroaming og terminering i EU er 10 kr., 1 kr eller 1 øre. Alle EU operatørene må jo betale det samme i Telenors nett.

For å illustrere hvor skjevt dette blir har vi lagt inn reelle priser i de tre markeder, samt grossistprisen for EU data fra 2 GB og oppover. Siden EU prisen ikke spiller noen rolle for MNO (de betaler det samme som de fakturerer), vil totalkostnadene for SP øke dramatisk ettersom EU bruken øker. Dette selv om prisene for EU data er på vei ned. Ferdig regulert vil vi fortsatt se samme bilde, dog med mindre avstand opp til EU streken.



For SP spiller det derimot enorm rolle. Prisen for norsk data er bare en brøkdel av EU prisen, og derfor faller marginen ytterligere når EU data bruken øker. Det vi også ser er at grossistprisene i Skandinavia ser ut til på å nærme seg hverandre. Dessverre med samme modell i bunn – datapris per MSISDN. Det vi vil ha er en reell grossistpris beregnet på reell kostnad per MB forbrukt i nettet. Vi vil ha samme pris for all data. Hvorfor koster det mer å bruke 100 MB om kunden bare bruker 100 MB, mens samme 100 MB om han først har brukt 10 GB bare er en brøkdel? Det er total ulogisk, og er konstruert slik fordi MNO skal ha markedskontroll.

En siste kommentar til dette er at om man er en fullverdig MVNO skal man bare kjøpe radio-aksess av MNO. Da skal all kontroll på kundene (MSISDN) skje hos MVNO – og ingenting hos MNO. Hvilke MSISDN som bruker hva skal da være MNO uvedkommende, og derfor blir det enda mer merkelig at også en MVNO må betale data per MSISDN.

Forslag 2:

Pålegg MNO å selge EU data til samme pris som norsk data (og samme modell). Prisen settes per MB og skal være lik for all bruk (som den danske gule streken over). Volumfordeler oppnås ved rabattstruktur på hele avtalen.

Man må regulere alle priser

Når en dominerende og regulert aktør priser sine tjenester, må alle prisene være gjenstand for regulering. Etableringskostnader og gebyrer/fees for ditt og datt må også godkjennes. I dag koster det et millionbeløp for å få lov til å bli kunde. Dette er helt utenfor de normale kontrollrutiner, og MNO unnskylder seg med at det er så kostbart å definere SP i nettet og gjøre oppsettet. Det er i tilfelle bare pga egne dårlige systemer og rutiner.

Faktum er at MNO gjerne gir markedsstøtte og betaler for å få over en etablert stor kundebase, da de som kjent sitter igjen med nesten all omsetning som den kundemassen representerer (minimum

80%). En SP kunde med portefølje på 100 mill vil derfor oppleve en **inntekt** for å bli ny nettkunde, mens en helt ny aktør vil oppleve en reell markedshindring for å komme inn på markedet.

Forslag 3:

Om MNO er regulert må også etableringskostnadene og ethvert «gebyr» MNO tar fra sine grossistkunder reguleres.

Legg om Fellesfakturerte tjenester

Fellesfakturert tjenester slik det fungerer i dag vrir også konkurransen til fordel for MNO. Dette følger av det enkle faktum at det er MNO som kontrollerer nettet, og inngår avtaler med Tjenestetilbyderne.

I dag har tilbyderne av tjenestene ingen økonomisk risiko. Tvert i mot har de alle incentives til at sluttkundene bruker mest mulig av tjenestene uavhengig av om sluttkunden betaler for dem eller ikke.

På den annen side har SP ikke noe kundeforhold med tilbyderen – kun med sluttkunden. SP har også så liten fortjeneste på disse tjenestene, at det ikke kan veie opp for de eventuell tap SP vil få.

Dette må endres slik at tilbyder av tjenestene også får den fulle og hele kredittrisiko. Dette kan løses ved at det reguleres hva hvert ledd har lov til å ta for videreformidling av tjenesten.

Koster eksempelvis en 820 tjeneste 25 kroner per min, bør det være slik at det er prisen fra alle tilbydere. Tilbyder av tjenesten må så betale en fast avgift for formidlingen via telenettet – For eks 20%. De prosentene skal så fordeles mellom MNO og SP/MVNO gjennom en regulert sats. Når kunden eventuelt ikke gjør opp sin mobilregning, skal SP kunne fremme krav mot tilbyder av tjenesten. På denne måten vil inntektsmuligheter og risiko for tap henge sammen.

Forslag 4:

Reguler Fellesfakturerte tjenester slik at tilbyder av tjenestene bærer hele kredittrisikoen for å tilby disse i markedet. Dette kan gjøres på flere måte, som f.eks. slik jeg har beskrevet over.

For Hudya Group AS



Pål Eivind Vegard
Product Director Telecom