

Skjetten 27. juni 2019

Happybytes kommentarer til varslet vedtak i marked 15

Viser til varslet vedtak i markedet for tilgang til og samtaleoriginering i mobilnettet (marked 15) 31. mai 2019.

Happybytes støtter Nkoms konklusjon om at Telenor på nytt må utpekes som tilbyder med sterk markedsstilling, og pålegges særskilte forpliktelser.

Happybytes mener virkemidlene som er foreslått ikke er tilstrekkelig, og bør skjerpes for å legge til rette for bærekraftig drift, innovasjon og konkurranse i det norske mobilmarkedet.

Happybyte møter gjerne om ønskelig for å utdype sine kommentarer.

Med vennlig hilsen

Happybytes AS

Thomas Sandaker

Daglig leder

Sign

Happybytes kommentarer til varsel om vedtak om utpeking av tilbyder med sterk markedsstilling og pålegg om særskilte forpliktelser i markedet for tilgang til og samtaleoriginering i offentlige mobilkommunikasjonsnett;

Happybytes støtter Nkoms konklusjon om at Telenor på nytt må utpekes som tilbyder med sterk markedsstilling, og pålegges særskilte forpliktelser. Dette er i tråd med Happybytes sin besvarelse om regulering av mobilmarkedet.

Happybytes mener imidlertid at virkemidlene som foreslås bør skjerpes ytterligere.

Nkom ønsker å stimulere tjenestekonkurranse og innovasjon på produktnivå for fremtidsrettede mobiltjenester. Det er avgjørende å legge til rette, og stimulere til at aktører kan etablere seg med rammebetingelser som gir mulighet for lønnsomhet, langsiktighet og innovasjon på grossistnivå.

Tilgangsforsikning og prisregulering

Konklusjonen om å pålegge Telenor generell tilgangsforsikning for tjenesteleverandører og MVNO er viktig. Det er avgjørende at priser på grossistnivå er regulert slik at aktørene kan tilby konkurransedyktige priser og positiv margin. Happybytes mener formen for prisregulering her bør skjerpes, da snittet av Telenors sluttkundepriser ikke kan anses å være en konkurransedyktig grossistpris.

Videre støtter Happybytes Nkom sin vurdering av at det er nødvendig å pålegge Telenor å tilby regulert tilgang uten fastpriskomponenter på abonnementsnivå og tilby trafikkavhengige (variable) priser.

Markedsandel referanseoperatør

Det er positivt at man går inn for å redusere markedsandel for referanseoperatør, men 3% er fortsatt altfor høyt. Happybytes mener denne må reduseres til maks 2% for både tjenestetilbyder- og MVNO-tilgang.

Bakgrunnen for dette er at de største uavhengige aktørene i dag er på rett i overkant av 1% markedsandel. Det er ikke realistisk at vi ser en aktør med mer enn 2% markedsandel i neste periode. Vi mener med bakgrunn i det norske markedet, og aktørene som er der, er for bruttomargintestene en endring fra 5% til 1% på modellert aktør en viktig endring. Dette må gjelde både bruttomargin- og marginskivistestene for henholdsvis Tjenesteleverandører og MVNO'er

Investeringer og innovasjon for økt konkurranse

Det hevdes at Tjenesteleverandørtilgang innebærer begrensede investeringer i infrastruktur, og begrenset risiko. Happybytes vil påpeke at det også er store investeringer for Tjenestetilbyder, men riktignok lavere i forhold til MVNO.

Når Telenor gjentagende balanserer på kanten av marginskivistesten, og to ganger er pålagt retting, antyder det at grossistprisene ligger tett opp mot marginskvis for leietakere. Dette er ikke bærekraftig konkurranse. Få aktører finner det lønnsomt å investere i en virksomhet i et marked uten bærekraftig konkurranse. Og enda færre aktører investere så mye at de oppnår 3% markedsandel i

ett så stort marked slik Nkom legger opp til med sin referanseoperatør. Den aktøren som har lyktes med å overstige 3% er Phonero (bedrift) før de ble kjøpt av Telia.

Vi mener videre at Telenor, og således også Telia, bør pålegges å rapportere tall per merkevare til Nkoms ekomstatistikk for å øke transparensten i markedet.

Markedsavgrensning

Nkom opprettholder sin avgrensning mot IoT/M2M. Happybytes mener dette ikke bør avgrensnes. NB-IoT og LTE-M er avgjørende kommunikasjonsteknologi for et IoT/M2M marked som er i sin spede begynnelse. Det vil være konkurransevridende dersom man stenger aktører ute slik at operatørene med egne nett kan bygge seg en sterk markedsposisjon, og samtidig holde andre aktører ute i startfasen.

Dette er et marked som kommer til å være meget prissensitivt, og det er lite som skal til for at produkter og tjenester ikke er konkurransedyktige, og dermed ute av markedet. Prisen for pakke-data vil bety mye for produkter som benytter NB-IoT og LTE-M. Teknologien er og ofte bundlet med ordinære mobilabonnementer.

Dersom en ikke klarer å ta med ny transmisjonsteknologi som NB-IoT, LTE-M og 5G etc. blir en nødt til å se på markedsavgrensninger på nytt. Vi har i dag fått tilbud på NB-IoT og LTE-M som har en annen prisstruktur enn for annen data, noe vi frykter ikke vil være konkurransekraftig. For oss er det viktig at en oppfatter data uavhengig av teknologi.

Happybytes anser 5G som ny transmisjonsteknologi som må falle inn under de etablerte markedsavgrensningene. Det er helt essensielt at 5G inkluderes i de markedsavgrensninger som er etablert for å bevare konkurranse i markedet. Det vil si at det er likegyldig om data sendes over 2G, 3G, 4G eller 5G.

Prisdiskriminering

Happybytes støtter Nkom sin vurdering av at en prismodell hvor tilgangskjøper kan kjøpe en definert mengde trafikk i såkalt bulkkjøp vil redusere prisdiskrimineringen i markedet.

Sammendrag fra Happybytes sin besvarelse om regulering av mobilmarkedet

Konkurransen har blitt svekket i perioden fra nåværende vedtak ble fattet. Bakgrunn for dette er at det har blitt færre utfordrere og konkurrenter i markedet med volum som er relevant for konkurransen (Hello, Phonero, NextGenTel/Telio, TDC/Get og Komplet Mobil). I samme periode har Telenor og Telia økt sine markedsandeler målt i omsetning, Telenor med organisk vekst og Telia ved oppkjøp av aktører.

Det er svært viktig at det blir ny skjerpet prisregulering med skarpere og mer korrekte verktøy for å teste priser for både Tjenesteleverandører, MVNO og Nasjonal Roaming. Det er således viktig å tette «hullene» i dagens vedtak som tillater Telenor å holde sine tilgangskjøpere i kontinuerlig marginskvis. Dette kan gjøres ved brudd får tilbakevirkende kraft, eller et vedtak som tar høyde for «periodisering» i testene.

Det må legges til rette for konkurranse på andre arenaer enn kun pris alene. Vi ser det som samfunnsnyttig og stimulerende for konkurransen at det drives innovasjon i nye produkter og tjenester for sluttbrukeren. Lønnsomhet i alle ledd i verdikjeden er en grunnforutsetning for å finansiere tjenesteutvikling og innovasjon.

Happybytes konkrete forslag for å skape konkurranse på andre områder enn pris:

- I. Når nettverksoperatører lansere nye tjenester til sine sluttbrukere må tilgangskjøper ha samme mulighet til å lansere produktet til samme tid. Det betyr at tilgangskjøper må få teknisk dokumentasjon samtidig som operatør selv har tilgang til å jobbe med det. Test må kunne gjøres til samme tid også med pilotkunder.
- II. Det må etableres prismodeller, som f.eks bulkkjøp, som sikrer lønnsomhet for tilgangskjøpere slik at de evner å investere i egen tjenesteutvikling og innovasjon.

Happybytes konkrete forslag til endringer til dagens prisregulering;

- I. Størrelse på modellert aktør i marginskvistesten på 5% er en urealistisk stor aktør i det norske markedets neste vedtaksperiode. De største uavhengige aktørene i dag er på 1% markedsandel. Det er ikke realistisk at vi ser en aktør med mer enn 2% markedsandel i neste periode. Vi mener med bakgrunn i det norske markedet, og aktørene som er der, er for bruttomargintestene en endring fra 5% til 2% på modellert aktør en viktig endring. Dette må gjelde både bruttomargin- og marginskvistestene for henholdsvis Tjenesteleverandører og MVNO'er.
- II. Grossistpriser, forbruksmønster og inntekt må være fra samme periode. Testen må ta for seg priser som var gjeldene i perioden for inntekter og forbruksmønster hentes fra, ikke det som er gjeldene når testen utføres. Ved kun to tester per år, kan en regulert operatør kontinuerlig holde sine grossistkunder i skvis uten korrekt «periodisering» i testene. En annen måte å gjøre dette bedre på vil være å gjøre testene mye hyppigere. Det er viktig at dersom en avdekker at markedet har vært i skvis må det få konsekvenser i form av tilbakebetaling til aktør som har betalt overpris. Dette bør være automatikk i slik at det ikke blir en uthalende og kostbar prosess for få tilbake.
- III. I marginskvistestene bør det være et like representativt utvalg av prisplaner som inngår i testene, som på bruttomargintestene. Som kommentert tidligere, har bruttomargintestene vært skarpere enn marginskvistesten. Konkurransen omfatter i stor grad kun produkter som har vært i salg siste 12 måneder. Årsaken til dette er at Telenor har en rekke kunder på gamle og dyre prisplaner som gir et helt feil bilde av inntektene, forbruksmønsteret og derav kostnadene. Disse prisplanene er heller ikke representative i det konkurransebildet tilgangskjøpere møter. Dersom en ikke klarer dette, må det på plass en mekanisme som beskytter investeringsstigen.

Modellen som brukes under marginskvistestene må ta hensyn til den enorme utviklingen i datakonsumet. I dag legger man kun til grunn historisk forbruk av data uten å legge på vekstrate i datakonsumet. Dette medfører at beregningen av marginskvis ikke legger til rette for kommende periode prisene skal gjelde for.