



HANDLÄGGARE, AVDELNING/ENHET, TELEFON, E-POST

Cecilia Baksa  
Avdelningen för marknadsfrågor  
08-678 55 00  
smp@pts.se

### Saken

Fastställande enligt 8 kap. 5 § lagen (2003:389) om elektronisk kommunikation (EkomL) av relevanta produkt- och tjänstemarknader inom området för elektronisk kommunikation; nu fråga om att fastställa marknader för telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt.

### Post- och telestyrelsens avgörande

Post- och telestyrelsen (PTS) fastställer inte några relevanta marknader för telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt i Sverige.

### Bakgrund

Enligt artikel 15.3 i Europaparlamentets och rådets direktiv (2002/21/EG) av den 7 mars 2002 om ett gemensamt regelverk för elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster (ramdirektivet) skall en nationell regleringsmyndighet inom sitt territorium och i överensstämmelse med konkurrenslagstiftningens principer definiera de med hänsyn till nationella förhållanden relevanta marknaderna, särskilt geografiska marknader. När en relevant marknad fastställs skall myndigheten i största möjliga utsträckning beakta Europeiska gemenskapernas kommissions (kommissionen) rekommendation av den 11 februari 2003 om relevanta produkt- och tjänstemarknader inom området elektronisk kommunikation<sup>1</sup> (rekommendationen) samt kommissionens riktlinjer av den 11 juli 2002 för marknadsanalyser och bedömning av betydande marknadsinflytande i enlighet med gemenskapens regelverk för elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster<sup>2</sup> (riktlinjerna). Om den nationella myndigheten konstaterar att det inte råder effektiv konkurrens på den relevanta marknaden, skall företag med betydande inflytande på den marknaden identifieras och lämpliga specifika regleringsskyldigheter åläggas.

---

<sup>1</sup> (2003/311/EG), OJ L 114/45.

<sup>2</sup> (2002/C 165/03), OJ C 165/6.

Bestämmelsen om marknadsdefinitioner har införts i 8 kap. 5 § EkomL. Bestämmelsen om identifiering av företag med betydande inflytande och beslut om skyldigheter återfinns i 8 kap. 6 § samma lag.

Kommissionen har i sin rekommendation identifierat 18 relevanta marknader, varav följande fyra relevanta slutkundsmarknader för telefonitjänster:

1. allmänt tillgängliga lokala och/eller nationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt - för hushåll
2. allmänt tillgängliga internationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt - för hushåll
3. allmänt tillgängliga lokala och/eller nationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt - för andra kunder än hushåll.<sup>3</sup>
4. allmänt tillgängliga internationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt - för andra kunder än hushåll.

## Skäl

### 1. Tillämpliga bestämmelser

Enligt 8 kap. 5 § EkomL skall den myndighet som regeringen bestämmer fortlöpande fastställa vilka produkt- och tjänstemarknader som har sådana särdrag att det kan vara motiverat att införa skyldigheter enligt denna lag. Marknadens geografiska omfattning skall därvid definieras. Vid fastställandet skall Europeiska gemenskapernas kommissions rekommendation om relevanta produkt- och tjänstemarknader samt riktlinjer för marknadsanalys och bedömning av ett företags betydande inflytande på marknaden beaktas.

Enligt 8 kap. 6 § EkomL skall den myndighet som regeringen bestämmer fortlöpande analysera de relevanta marknader som har fastställts enligt 5 §. Därvid skall Europeiska gemenskapernas kommissions riktlinjer för marknadsanalys och bedömning av ett företags betydande inflytande på marknaden beaktas. För varje marknad skall det fastställas om det råder effektiv konkurrens.

Om det vid en bedömning enligt första stycket konstateras att det inte råder effektiv konkurrens på en fastställd marknad, skall företag med betydande inflytande på den marknaden identifieras och beslut meddelas om skyldigheter enligt 4 kap. 4 § och 5 kap. 13 och 14 §§.

Enligt 21 § förordningen (2003:396) om elektronisk kommunikation skall Post- och telestyrelsen fortlöpande fastställa produkt- och tjänstemarknader enligt 8 kap. 5 § EkomL och analysera dessa enligt 8 kap. 6 § första stycket samma lag.

Enligt 22 § samma förordning skall Post- och telestyrelsen i enlighet med 8 kap. 6 § andra stycket EkomL identifiera företag med betydande inflytande på en fastställd marknad.

Enligt 8 kap. 7 § första stycket EkomL skall ett företag anses ha ett betydande inflytande på en fastställd marknad om det, antingen enskilt eller tillsammans med andra, har en ställning av sådan ekonomisk styrka att det i betydande omfattning

---

<sup>3</sup> ”Andra kunder än hushåll” benämns nedan även ”företag”.

kan uppträda oberoende av sina konkurrenter, sina kunder och i sista hand av konsumenterna.

Med stöd av 8 kap. 1 § första stycket 4 EkomL har PTS inhämtat uppgifter, som underlag för bedömningen av om något eller några företag har ett betydande inflytande på den svenska marknaden, avseende helåren 2002 och 2003 samt halvåret 2004 av samtliga operatörer som varit anmälda enligt telelagen (1993:597) under denna tid.

## 2. Metodbeskrivning

PTS har i detta beslut att analysera och i förekommande fall fastställa en eller flera relevanta marknader. För det fall att en relevant marknad fastställs analyserar PTS denna för att kunna göra en bedömning i frågan om det finns något företag som har ett betydande marknadsinflytande. PTS beaktar härvid i största möjliga utsträckning rekommendationen och riktlinjerna.

PTS har inledningsvis att analysera om den av kommissionen definierade marknaden är relevant även för svenska förhållanden. Först görs en beskrivning av den aktuella tjänsten/produkten. Därefter görs en avgränsning av produktmarknaden och den geografiska marknaden med utgångspunkt i efterfråge- och utbudssubstitution. När marknaden definierats tas ställning i frågan om marknaden är sådan att det är motiverat att införa förhandsskyldigheter på denna. Slutligen görs en samlad bedömning om marknaden har sådana egenskaper att den skall fastställas som en relevant marknad.

Kommissionen har uttryckt följande grundprincip för genomförande av marknadsanalys. Vid utförandet av marknadsanalysen skall den nationella regleringsmyndigheten utröna om en konstaterad effektiv konkurrens på en definierad marknad är ett resultat av nationell reglering och i så fall om konkurrensen på den aktuella marknaden skulle förändras vid avsaknad av en sådan reglering. Kommissionen tar som exempel upp regleringen av för- och prefixval. Kommissionen poängterar därvid att en nationell regleringsmyndighet skall klargöra för kommissionen huruvida avsaknaden av en operatör med betydande marknadsinflytande på en definierad marknad beror på befintlig reglering. Om så är fallet skall regleringsmyndigheten också klargöra huruvida den aktuella regleringen kommer att kvarstå inom den tidsperiod som marknadsanalysen avser. Regleringsmyndighetens analys kan annars innebära ett cirkelresonemang, som kan undergräva grundvalen för, och därmed äventyra, existerande skyldighetsreglering.<sup>4</sup>

### 2.1 Beskrivning av tjänsten/produkten

En beskrivning av den aktuella produkten görs utifrån kommissionens rekommendation. PTS inleder arbetet med att definiera en produkt- eller tjänstemarknad genom att gruppera samman produkter och tjänster som konsumenterna använder för samma ändamål.

---

<sup>4</sup> Se exempelvis kommissionens yttrande SG (2003) D/233817 av den 18 december 2003.

Utgångspunkten för definition och fastställande av marknader är en karaktärisering av slutkundsmarknader inom ett givet tidsperspektiv, med beaktande av substituerbarheten på efterfråge- och utbudssidorna (se beaktandesats 7 i rekommendationen). Egenskaper som kunder uppfattar som karaktäriserande utgör grund för avgränsning av produkt- eller tjänstemarknaden.

## 2.2 Avgränsning av produktmarknad

Av kommissionens rekommendation framgår att vid avgränsningen av produktmarknaden skall utbytbart (substituerbarhet) på efterfråge- och utbudssidorna beaktas. Marknaderna skall definieras med avseende på framtida egenskaper.

Enligt etablerad rättspraxis (se punkt 44 i riktlinjerna) omfattar en relevant produkt- eller tjänstemarknad alla produkter respektive tjänster som i tillfredställande mån på grund av sina egenskaper, sitt pris och den tilltänkta användningen, av köparna betraktas som utbytbara eller substituerbara.

Begreppet efterfrågesubstitution används för att mäta i vilken utsträckning kunderna är beredda att ersätta en viss tjänst eller produkt med andra tjänster eller produkter. Som ett andra steg i en substitutionsanalys måste en undersökning ske av mer än enbart produkter eller tjänster vars objektiva egenskaper, priser och användningsområden tyder på att de är substituerbara. En metod för att bedöma utbytbart är att genomföra ett tankeexperiment, i vilket en liten och varaktig förändring av de relativa priserna antas<sup>5</sup> och kundernas troliga reaktion på denna förändring bedöms, det s.k. hypotetiska monopolisttestet (SSNIP-testet; eng. *Small but Significant Non-transitory Increase in Price*). Om en tänkt prisökning kan antas resultera i att försäljningsförlusten blir större än ökningen av intäkter som härrör sig till prisökningen, utvidgas marknaden så att den omfattar närliggande substitut. Denna process upprepas tills marknaden har en sådan omfattning att det bedöms att prisökningen skulle bli lönsam.

Utbudssubstitution bör beaktas i en marknadsavgränsning endast då den medför en möjlighet att ställa om produktionen med liten finansiell och kommersiell risk och därigenom har en effekt på marknader som är så omedelbar att verkningarna kan jämföras med efterfrågesubstitution. Med omedelbar effekt avses att sådan utbudssubstitution måste ha en effekt inom maximalt ett år. Det krävs således att leverantörerna, som svar på små och varaktiga förändringar av de relativa priserna, kan ställa om till produktion av de aktuella produkterna och kan marknadsföra dem utan att väsentliga tilläggskostnader eller risker uppstår. Enbart hypotetisk substitution på utbudssidan är inte tillräckligt för att en definition av marknaden skall kunna ske.

En bedömning görs av om företag, som idag inte är etablerade på marknaden, vid en liten men varaktig förändring av det relativa priset skulle träda in på denna. I bedömningen kan sannolikheten för att detta inträde skulle ske inom en rimlig tid vägas in. Vad som är en rimlig tid beror, enligt p. 20 i kommissionens riktlinjer, på

---

<sup>5</sup> 5-10 % enligt kommissionens tillkännagivande om definition av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning (97/C 372/03) p. 17, (cit. tillkännagivandet) och riktlinjerna p. 40.

egenskaperna hos den enskilda marknaden. Med rimlig tid avses i detta fall enligt PTS bedömning, tidpunkten fram till nästa marknadsöversyn.

### *2.3 Avgränsning av geografisk marknad*

Den geografiska marknaden omfattar det geografiska område inom vilket företagen på marknaden deltar i utbudet och efterfrågan av de aktuella produkterna eller tjänsterna, där konkurrensvillkoren är likartade eller tillräckligt enhetliga, samt där konkurrensförhållandena kan särskiljas från angränsande marknader där konkurrensvillkoren är märkbart annorlunda. Även om vissa aktörer enbart är etablerade i lokala eller regionala områden eller är landstäckande med olika makt i olika regioner, utgör detta inte hinder för en avgränsning av en marknad med nationell omfattning.

Definitionen av den geografiska marknaden följer, enligt kommissionen, samma riktlinjer som bedömningen av hur substitutionen förändras på efterfråge- och utbudssidan som en reaktion på en ökning av det relativa priset.

Inom sektorn för elektronisk kommunikation har man traditionellt bestämt marknadens geografiska omfattning enligt följande två huvudkriterier; täckningsområdet för ett nät och förekomsten av tillämpliga lagbestämmelser eller andra regleringsmedel (se punkt 59 i riktlinjerna).

### *2.4 Marknadsbeskrivning*

Den marknad som med utgångspunkt i kommissionens rekommendation och med beaktande av nationella förhållanden avgränsats produktmässigt och geografiskt, beskrivs såvitt avser dess struktur, funktion, särskilda egenskaper och konkurrensförhållanden. Särdrag som kan motivera förhandsskyldigheter identifieras.

### *2.5 Fastställande av relevant marknad för vilken förhandsreglering är motiverad*

Den definierade marknaden blir föremål för en bedömning av om förhandsreglering kan motiveras. För de fall kommissionen i sin rekommendation angett att den aktuella marknaden har sådana särdrag att förhandsreglering är motiverad, tar PTS ställning till om det för svenskt vidkommande finns anledning att frångå rekommendationen. Vid bedömningen använder sig PTS av samma kriterier som kommissionen begagnat för att undersöka om marknaden har sådana egenskaper att ingripanden med stöd av sektorsspecifika bestämmelser skall vara möjliga. Utgångspunkten är härvid den svenska marknadens karaktär vad gäller främst strukturella och regleringsbaserade etableringshinder, marknadsdynamik samt den svenska konkurrenslagstiftningens möjligheter att på ett effektivt sätt lösa de problem som typiskt sett kan uppstå på marknaden.

Om PTS efter en samlad bedömning funnit att marknaden har särdrag som motiverar införande av skyldigheter enligt EkomL, vidtar en fortsatt analys i syfte att utröna huruvida konkurrensen är effektiv, dvs. om det finns aktörer som enskilt eller gemensamt har ett betydande inflytande på den relevanta marknaden.<sup>6</sup>

## 2.6 Marknadsandelar

Det lämpligaste sättet att mäta marknadsandelar bestäms. Mot bakgrund av marknadsandelarna bedöms vilket eller vilka företag som bör utredas närmare för att ett avgörande skall kunna ske i frågan om ett betydande inflytande föreligger. Det fastslås även om något företag, redan på grund av sin marknadsandel, presumeras ha ett betydande inflytande.

I förarbetena till EkomL (se prop. 2002/03:110 sid. 276 f.) anges följande angående marknadsandelens betydelse som riktmärke vid dominansbedömningen:

”I EG-rättslig praxis har en marknadsandel som understiger trettio procent inte ansetts tyda på en dominerande ställning annat än vid förekomsten av exceptionella omständigheter. Även marknadsandelar på mellan trettio och fyrtio procent anses ligga under den nivå som tyder på dominans. Marknadsandelar på över fyrtio procent anses däremot innebära tydliga tecken på dominans. En marknadsandel på femtio procent anses innebära presumtion för att en marknadsdominerande ställning föreligger. En marknadsandel överstigande sextio procent utgör presumtion för att en mycket stor marknadsdominans föreligger. Presumtionen torde vara svår att motbevisa, särskilt om de konkurrerande företagen är relativt små eller av mindre betydelse.”

Även om ett företag har en hög marknadsandel kan det finnas andra förhållanden som talar för att företaget likväl kan sakna betydande inflytande. Om ett företag förlorar stora mängder kunder till andra aktörer på den relevanta marknaden kan det tala mot att företaget har ett betydande inflytande. För att ett företag skall anses ha betydande inflytande är det viktigt att dess marknadsandel är stabil över tiden. Väsentliga variationer i marknadsandelarna en tid kan indikera att betydande inflytande saknas, trots att marknaden präglas av ett eller flera företag med stora marknadsandelar.

Enligt kommissionen bör det mått på marknadsandelar väljas som antas ge det bästa uttrycket för marknadsstyrka på den aktuella marknaden.

Koncentrationen på marknaden, liksom marknadsandelar hos andra företag på marknaden, kan också vara av betydelse för bedömningen av ett företags betydande inflytande. Betydelsen av dessa indikatorer måste dock bedömas med

---

<sup>6</sup> Enligt p. 19 i kommissionens riktlinjer gäller följande. Om man finner att det råder effektiv konkurrens på en relevant marknad innebär det att ingen operatör åtnjuter ensam eller gemensam dominans på den marknaden. Vid tillämpning av det nya regelverket betyder därför effektiv konkurrens att det inte finns något företag på den relevanta marknaden som ensamt eller tillsammans med andra företag har en dominerande ställning. Se även p. 5 i riktlinjerna, beaktandesats 27 i ramdirektivet samt förarbetsuttalandena i prop. 2002/03:110 s. 173.

hänsyn till situationen i det enskilda fallet. Indextal för koncentration är som indikatorer på huruvida det finns företag med betydande marknadsinflytande förenade med osäkerheter. Utveckling över tiden i koncentrationsindex kan emellertid enligt PTS ge en indikation på koncentrationstendenser. (se Post- och telestyrelsens riktlinjer för bedömning av betydande inflytande inom området för elektronisk kommunikation den 25 juli 2003). Herfindahl-Hirschmanns index (HHI) kan användas för att ge en indikation på koncentrationstendenser och beräknas genom att kvadraterna på de enskilda marknadsandelarna för alla företag summeras. HHI ger en proportionellt sett större vikt åt de större företagens marknadsandelar, vilket ligger i linje med deras relativa påverkan på konkurrenssituationen.

### *2.7 Övriga indikatorer m.m.*

Det finns indikatorer, vid sidan av marknadsandelar, som vid en framåtblickande bedömning kan tala för eller emot att det aktuella företaget har ett betydande marknadsinflytande. Dessa är sådana som bidrar till marknads ekonomiska särdrag. Dessa indikatorer kan exempelvis vara etableringshinder, kontroll över infrastruktur, motverkande köpmakt, företagets totala storlek, tekniska fördelar och innovation, stordriftsfördelar, samproduktionsfördelar, vertikal integration, hinder för expansion och potentiell konkurrens.

Därutöver görs även, mot bakgrund av den tidigare analysen på en relevant marknad, en bedömning om och i så fall i vilken grad det finns en risk att ett betydande inflytande kan medföra betydande inflytande på en närliggande marknad.

### *2.8 Samlad bedömning beträffande identifiering av företag med betydande inflytande*

Avslutningsvis görs en samlad bedömning av förhållandena på den aktuella marknaden samt, när det konstateras att det inte råder effektiv konkurrens på marknaden, identifieringen av företag med betydande inflytande.

## **3. Beskrivning av tjänsten/produkten m.m.**

Kommissionen har i sin rekommendation definierat slutkundsmarknaderna allmänt tillgängliga lokala och/eller nationella respektive internationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt för hushåll respektive andra kunder än hushåll som relevanta marknader.

Telefonitjänster kan erhållas antingen via fasta eller mobila nätanslutningspunkter. Fast telefoni är uppdelat i två funktioner; anslutningen till (tillträde) och bruket av det allmänna telefonnätet. Bruket innefattar tillgång till telefonitjänster, dvs. att kunna ringa upp och ta emot taltelefonisamtal via telefonnummer ur den svenska nummerplanen genom tvåvägskommunikation, som av användaren upplevs i realtid samt att kunna använda tillhörande tjänster via en fast anslutningspunkt.

Tillhörande tjänster motsvaras, enligt PTS bedömning, av tilläggstjänster<sup>7</sup>, mervärdestjänster<sup>8</sup>, telefax och vissa datakommunikationstjänster<sup>9</sup>. Som beskrivs nedan kunde slutkunderna före införandet av förval och prefix inte särskilja tillträde till det allmänna telefont nätet (telefonabonnemang) och bruk av telefont nätet, utan erbjöds och upplevde dessa funktioner som en tjänst. Det finns alltså en efterfrågan från många slutkunder att erhålla tillträde och telefontjänst från samma leverantör.<sup>10</sup> Slut användaren får också ett telefonnummer ur den svenska nummerplanen som fastställts av PTS. Via sådant nummer kan abonnenten nås och nå andra abonnenter, användare eller tjänster. Telefontjänster ingår i de samhällsomfattande tjänster (se 5 kap. EkomL) som skall finnas tillgängliga till ett överkomligt pris till stadigvarande bostad eller fast verksamhetsställe.

Telefontjänst via en fast anslutningspunkt kan tillhandahållas på flera olika sätt beroende på företaget som levererar tjänsten och den teknik som används. Den vanligaste tekniska lösningen som, för närvarande, används är det traditionella metallbaserade accessnätet för telefoni. Förutom möjligheten att ringa nationella (inklusive lokala) och internationella samtal via sin accessnätoperatör, har det, genom den s.k. förvalsreformen, givits möjlighet för slutkunden att genom ett permanent val välja att ringa nationella och/eller internationella samtal via en annan operatör som tillhandahåller denna tjänst (förval), eller genom att tillfälligt välja att ringa visst samtal via annan operatör (prefix). Genom denna reglering har marknaden fått ett flertal nya aktörer, som erbjuder tjänsterna nationella eller internationella samtal via fast anslutningspunkt för hushåll eller företagskunder, utan att själva behöva inneha accessnät. Möjligheterna för slutkunder att ingå avtal och de avtalsvillkor, inklusive pris, som kan erhållas är likvärdiga i hela Sverige. Slut användare kan, förutom genom förval, relativt enkelt välja alternativa operatörer med hjälp av att slå ett prefix före det önskade abonnentnumret. Dessa tjänster kan antingen byggas på avtal eller vara förbetalda, som s.k. telefonkort.

#### 4. Avgränsning av produktmarknaden

Med utgångspunkt i de av kommissionen definierade marknaderna för allmänt tillgängliga lokala och/eller nationella respektive internationella telefontjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt för hushåll respektive andra kunder än hushåll, har PTS att bedöma om dessa marknader är relevanta med hänsyn till svenska förhållanden. PTS har även till uppgift att undersöka om det, utifrån svenska förhållanden, finns skäl att utvidga produktmarknaden eller om ytterligare uppdelning av produktmarknaden bör göras.

Vid marknadsavgränsning skall teknikneutralitet eftersträvas.

Marknadsavgränsningen görs således inte utifrån tekniker utan utifrån tjänster, oberoende av med vilken teknik de realiserar. Detta gäller om tjänstens tilltänkta användning och egenskaper är desamma för köparen.

---

<sup>7</sup> Operatörsspecifika telefontjänster som endast kan tillhandahållas av den operatör som tillhandahåller tillträdet till allmänt telefontnät.

<sup>8</sup> Telefontjänster som kan tillhandahållas oberoende av den operatör som tillhandahåller tillträdet till allmänt telefontnät.

<sup>9</sup> Datakommunikationstjänster för att exempelvis nå Internet via en uppringd anslutning.

<sup>10</sup> Enligt undersökningen T-24447, TEMO Direkt om telefoni och TV från 2003.

#### 4.1 Telefonitjänster

Det finns skäl att granska om alla typer av telefonitjänster via fasta nätanslutningspunkter omfattas av de aktuella marknaderna. På hushållsmarknaderna tillhandahålls telefonitjänster vanligtvis via PSTN<sup>11</sup>-abonnemang även om det förekommer att telefonitjänster tillhandahålls via andra tillträdesformer som exempelvis ISDN<sup>12</sup> och bredbandstillträde. Även på företagsmarknaderna tillhandahålls telefonitjänster vanligtvis via PSTN, ISDN och bredbandstillträde. PTS bedömer inte att efterfrågan eller utbudet av telefonitjänster skiljer sig åt beroende på om tjänsten erbjuds via PSTN eller ISDN.

Telefonitjänster via bredbandstillträde produceras vanligtvis med IP-telefoniteknik. De IP-telefonitjänster som erbjuds slutkunderna varierar i sin omfattning vad gäller pris och funktion. I det fall slutkundens telefonitjänst har samma grundläggande funktioner som en PSTN-tjänst och slutkunden kan använda en traditionell PSTN-telefon bedömer PTS att IP-telefonitjänsten ingår i de aktuella marknaderna. Om slutkunden i stället för en traditionell telefon exempelvis måste använda en dator är det inte säkert att IP-telefonitjänsten utgör ett substitut till telefonitjänst via PSTN. Mot bakgrund av att IP-telefoni ännu förekommer i begränsad omfattning bedömer PTS det inte som avgörande för myndighetens bedömning att exakt fastställa om någon typ av IP-telefonitjänst inte omfattas av de aktuella marknaderna. Till PTS uppgifter hör att regelbundet övervaka marknadsutvecklingen på de olika relevanta delmarknaderna och att fortlöpande genomföra översyner av tidigare analyser. Inom ramen för detta arbete avser PTS att särskilt beakta utvecklingen av IP-telefoni och dess inverkan på konkurrensen på de nu aktuella marknaderna.

Sammanfattningsvis bedömer PTS således att alla telefonitjänster som tillhandahålls via fasta nätanslutningspunkter omfattas av de aktuella marknaderna.

#### 4.2 Tillträde till det allmänna telefont nätet

Det finns skäl att granska om de av kommissionen definierade marknaderna bör utvidgas till att omfatta även tillträde till det allmänna telefont nätet via fast anslutningspunkt. Inledningsvis kan PTS konstatera att de grundläggande tjänsterna som erhålls vid köp av telefonitjänster, respektive tillträde, skiljer sig åt. Även om kunder verkar föredra att köpa både tillträde och telefonitjänster från samma operatör är förutsättningarna för att verka på marknaderna och därmed konkurrenssituationerna olika. Kunder har goda valmöjligheter beträffande leverantörer av telefonitjänster, vilket skiljer sig från valmöjligheterna beträffande leverantörer som tillhandahåller tillträde till det allmänna telefont nätet, eftersom betydligt fler operatörer erbjuder telefonitjänster. Förutsättningarna för att erbjuda tillträde i förhållande till att erbjuda telefonitjänster i det fasta telefont nätet i Sverige har varit mycket olika. Vid avsaknad av reglering har det funnits stora barriärer för inträde på marknaderna för tillträde och telefonitjänster. På marknaderna för telefonitjänster har införandet av en reglerad tillgång till för- och

---

<sup>11</sup> Public Switched Telephone Network

<sup>12</sup> Integrated Service Digital Network

prefixval samt samtrafik undanröjt de tidigare stora etableringshindren. Detta har medfört att det idag finns cirka 40 leverantörer av telefonitjänster.

Under slutet av 2004 började några operatörer att utöver telefonitjänster även erbjuda tillträde baserat på en av TeliaSonera introducerad återförsäljarprodukt för PSTN-abonnemang. PTS beslut om skyldigheter på tillträdesmarknaderna och TeliaSonerans återförsäljarprodukt har väckt mycket stort intresse hos operatörerna,<sup>13</sup> vilket får ses som ett uttryck för den stora efterfrågan från slutkunder av att kunna erhålla både telefonitjänster och tillträde från samma leverantör.

De operatörer som tillhandahåller tillträde är idag verksamma även på marknaden för telefonitjänster. Även om vissa operatörer sedan en kort tid tillbaka via TeliaSonerans återförsäljarprodukt har kunnat träda in på marknaden för tillträde är de starkt beroende av TeliaSonera som leverantör. Att erbjuda tillträde innebär vanligtvis större ekonomiskt åtagande än att erbjuda telefonitjänster. Det innebär även ett större åtagande för att uppfylla de allmänna skyldigheter enligt EkomL som är förenade med att tillhandahålla tillträde till allmänt telefontät. Operatörer som erbjuder telefonitjänster kan således inte utan risk träda in på marknaden för tillträde för att svara på en liten men varaktig höjning av det relativa priset för tillträde. PTS bedömning är därför att tillträde till det allmänna telefontätet inte ingår i samma marknad som telefonitjänster. Detta överensstämmer med kommissionens definition.

#### *4.3 Telefonitjänst via mobil nätanslutningspunkt*

Det finns vidare skäl att granska om de av kommissionen definierade marknaderna bör utvidgas till att omfatta även telefonitjänster via mobil nätanslutningspunkt. Tjänster som tillhandahålls via fasta anslutningspunkter kan i vissa fall vara utbytbara mot mobiltelefonitjänster på så sätt att en användare kan tänkas övergå från att ringa nationella eller internationella samtal från det fasta nätet till att använda det mobila. Medan fast anslutning är knutet till en viss plats är mobil anslutning istället knutet till en person. Därtill erbjuder mobil anslutning den grundläggande egenskapen mobilitet.

Enligt en marknadsundersökning, genomförd på uppdrag av PTS,<sup>14</sup> svarade endast tre procent av de tillfrågade privatpersonerna att de saknar tillgång till fast telefoni. Enligt samma undersökning svarade fyra av tio att de skulle kunna tänka sig att gå över till att endast använda mobiltelefon. För ett flertal av dessa gäller detta dock endast om priserna för mobiltelefonisamtal närmar sig priserna för fast telefoni. Priset för samtal från mobiltelefon är väsentligt högre än från fast telefon, trots det prisfall på mobiltelefonitjänster som inträffat under 2004 och PTS bedömer inte att några så betydande prisförändringar kommer att inträffa fram till nästa marknadsöversyn att en övergång till att endast ringa med mobiltelefon framstår som ett reellt alternativ för ett större antal användare. En genomsnittlig hushålls- eller företagskund som önskar ringa nationella och internationella samtal från hemmet eller från det fasta verksamhetsstället är

<sup>13</sup> Se exempelvis remissvar på PTS hemsida, [www.pts.se](http://www.pts.se).

<sup>14</sup> Så efterfrågar vi elektronisk kommunikation - en individundersökning 2004 (T- 110402, PTS-ER-2004:40).

således, i realiteten, med hänsyn till bl.a. rådande prisskillnader mellan fast och mobil telefoni, hänvisad till att ringa via en fast anslutning till det allmänt tillgängliga telefonnätet. Ett tillräckligt stort antal användare skulle sannolikt inte, vid en liten och varaktig höjning av priset på telefonitjänster via fast anslutningspunkt, byta till telefonitjänster via mobil anslutningspunkt.

Mot bakgrund av PTS beräkningar av kostnader för produktion av tjänster i fasta nät respektive mobilnät<sup>15</sup> konstaterar PTS att produktionskostnaden för att tillhandahålla telefonitjänst via mobilnät idag väsentligt överstiger motsvarande produktionskostnad för fasta nät, vilket minskar möjligheterna för mobiloperatörer att träda in på marknaderna för fasta telefonitjänster.

Sammantaget anser PTS av dessa skäl att marknaden för allmänt tillgängliga nationella respektive internationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt inte i Sverige är en tjänst som är utbytbar mot telefonitjänster via mobil anslutningspunkt för hushålls- eller företagskunder.

#### *4.4 Hushåll respektive andra kunder än hushåll*

Det finns skäl att bedöma om de av kommissionen definierade marknaderna för hushåll, respektive andra kunder än hushåll, skall ingå i samma marknad. Det är vanligt att göra åtskillnad mellan hushålls- och företagskunder, eftersom ekonomiska villkor för att erbjuda tjänster till dessa två kategorier av slutanvändare kan variera. Operatörer som erbjuder telefonitjänster särskiljer idag i stor utsträckning mellan företags- och privatkunder även om PTS uppfattar att operatörernas uppdelning mellan privat- och företagskunder inte är exakt. Exempelvis kan företag med få anställda, t.ex. enskilda firmor och handelsbolag, i många fall betraktas som privatkunder.

Inledningsvis kan PTS konstatera att genomsnittsintäkter för internationella samtal skiljer sig mellan hushåll och företag, vilket indikerar att telefonitjänster till hushåll och företag utgör två olika marknader. För hushållskunder uppgår genomsnittsintäkter för internationella samtal till 1,27 kr/min medan genomsnittsintäkter för företagskunders internationella samtal uppgår till 1,03 kr/min.<sup>16</sup> Skillnaderna i genomsnittsintäkt kan bero på att kundgrupperna erbjuds olika priser, men det kan även avspegla skillnader i sammansättningen av samtal till olika internationella destinationer för hushåll respektive företag. Det finns även prisskillnader mellan kundgrupperna när det gäller nationella samtal.

När det gäller behov och efterfrågan av telefonitjänster bedömer PTS att hushåll och stora företag till en del skiljer sig från varandra. Ett stort företag efterfrågar i viss utsträckning ett mer avancerat utbud av tjänster än ett hushåll, även om de grundläggande behoven hos kundgrupperna är snarlika. Skillnaderna i efterfrågan mellan stora företag och hushåll kan härledas till att företag ofta efterfrågar större volymer än hushåll.

Skillnaden i volym mellan små och stora förbrukare är även avgörande för operatörers val av produktionsteknik. Vid stor trafikvolym kan en

<sup>15</sup> Se ärenden med dnr 04-11709 och 03-2332.

<sup>16</sup> PTS - Svensk Telemarknad första halvåret 2004, PTS-ER-2004:43.

direktförbindelse vara mer ekonomiskt fördelaktig i förhållande till att köpa originering av accessnätsoperatören. Stora förbrukare av telefonitjänster, främst stora företag och organisationer, kan erhålla bättre priser och villkor än små förbrukare. Operatörer erbjuder även såväl privatpersoner som företag volymrabatter som premierar stort nyttjande av telefonitjänster, vilket kan tyda på att konkurrensen ökar i relation till kundernas volym. PTS bedömer att operatörernas uppdelning mellan privat och företag reflekterar skillnader i volym även om det finns hushåll som är stora förbrukare och företag som är små förbrukare.

Utöver operatörernas val mellan att köpa originering eller att etablera direktförbindelse till kunden är nätproduktionskostnaderna likartade för hushåll och företag. Exempelvis skiljer sig inte kostnaden för inköp av terminering för hushåll respektive företag. Det förekommer att nätoperatörer som erbjuder slutkundsprodukter till företag även tillhandahåller grossistprodukter för telefonitjänster till operatörer som riktar sig till hushållsmarknaden i syfte att maximera utnyttjandet av tillgängliga produktionsresurser. Ur ett nätproduktionsperspektiv torde det således vara möjligt för en operatör som producerar tjänster på företagsmarknaden att svara på en relativ prishöjning på hushållsmarknaden och vice versa. Däremot finns det skillnader i detaljistledet mellan att erbjuda telefonitjänster till hushåll respektive företag. Skillnaderna relaterar till olika försäljningsmetoder, marknadsföring samt skillnader i den service som erbjuds kundgrupperna. Dessa skillnader i detaljistledet bedömer PTS som så stora att en operatör på företagsmarknaden inte med lätthet kan svara på en prishöjning på hushållsmarknaden och vice versa.

PTS menar, mot bakgrund av ovanstående, att telefonitjänster till hushålls- respektive företagskunder utgör separata marknader, vilket överstämmer med kommissionens marknadsdefinition. För att definiera kategoritillhörighet anser PTS att utgångspunkten bör vara vem som betalar för telefonitjänsten, oavsett vem som är användare. Kriteriet för att den betalande parten skall betecknas som hushåll, till skillnad från företag, är att den har ett personnummer och inte ett organisationsnummer.

#### *4.5 Nationella respektive internationella telefonitjänster*

Det finns skäl att göra en bedömning av om de av kommissionen definierade marknaderna för lokala och/eller nationella, respektive internationella telefonitjänster skall ingå i samma marknad. Operatörer som tillhandahåller nationella telefonitjänster i detaljistledet differentierar i allmänhet inte pris eller utbud för lokala och riksomfattande telefonitjänster. PTS bedömer att konkurrensförhållandena är liknande för lokala och nationella telefonitjänster och att nationella telefonitjänster i Sverige innefattar såväl lokala som riksomfattande samtal.

En kunds efterfrågan, avseende både hushåll och företag, karaktäriseras av ett önskemål att kunna nå alla önskade destinationer. Kunderna förväntar sig även i stor utsträckning att en operatör kan tillgodose deras samlade behov av telefonitjänster. Detta gäller trots att det för såväl olika nationella som internationella destinationer finns goda möjligheter för kunder att för enskilda samtal eller mer permanent välja alternativa operatörer via exempelvis förval, prefix och telefonkort.

Ur en strikt efterfrågesynpunkt är inte samtal till olika abonnenter utbytbara, vilket gäller oavsett om de är nationella eller internationella. Ett utgående samtal som riktas till ett specifikt nummer och specifik abonnent, kan inte för den uppringande kunden framstå som utbytbar mot samtal till en annan abonnent.

Ur ett utbudsperspektiv kan dock samtal till en enskild abonnent inte anses utgöra en marknad, eftersom operatörer tillhandahåller samtal till destinationer som vanligtvis omfattar alla abonnenter inom ett land eller ett nät. Förutsatt att en operatör tillhandahåller samtal till en abonnent inom en destination kan operatören utan kostnad svara på en hypotetisk prisökning på samtal till en annan abonnent inom samma destination. Samtal till alla abonnenter inom en destination får ur ett utbudsperspektiv anses utbytbara och således omfattar den minsta tänkbara marknaden alla abonnenter inom en destination.

En kund kan välja leverantör för en enskild destination genom att använda prefix eller telefonkort. Av hushållen är det dock endast 2 procent som nyttjar prefix. Det är 6 procent av hushållen som anger att de någon gång använder telefonkort och endast 2 procent att de alltid nyttjar telefonkort för internationella samtal.<sup>17</sup> Telefonkort är oftast nischade med lågt pris till specifika internationella destinationer som har en låg trafikvolym från genomsnittliga kunder. Det får antas att detta främst är kunder med en efterfrågan som skiljer sig från en genomsnittlig kunds efterfrågan där merkostnaden och arbetet att byta mellan olika operatörer med hjälp av prefix och telefonkort uppvägs av det lägre pris som kan erhållas på specifika destinationer. PTS har inte funnit att företagets beteende avviker från hushållens i detta avseende. Att vissa kunder har en efterfrågan som skiljer sig från en genomsnittlig kund finner PTS inte utgöra ett skäl för att dela upp marknaden per destination, eftersom möjligheten att välja operatör per destination med hjälp av prefix eller telefonkort utnyttjas i så liten utsträckning.

Utöver den operatör som tillhandahåller tillträde till allmänt telefonnät har slutkunder till TeliaSonera möjlighet att via förval välja alternativa leverantörer av telefonitjänster. Såväl hushåll som företag nyttjar förval i relativt stor omfattning. Kunder har möjlighet att välja olika förval för två grupper av destinationer, nationella samtal respektive internationella samtal. Det nationella förvalet omfattar exempelvis destinationerna lokala och nationella samtal samt samtal till mobilnät. De undersökningar som PTS genomfört visar att 33 procent av alla hushåll som känner till att det finns möjlighet att via förval välja olika operatörer för nationella respektive internationella samtal. Av hushållen är det 5 procent som använder olika operatörer för nationella och internationella samtal.<sup>18</sup> PTS har inte funnit att företagets beteende avviker från hushållens i detta avseende. Det är således ett begränsat antal av kunderna som väljer flera olika leverantörer av telefonitjänster trots att det inte föreligger några direkta hinder att välja alternativa operatörer. PTS analyserar därför nedan om det finns olika förutsättningar för operatörer att erbjuda nationella respektive internationella telefonitjänster.

---

<sup>17</sup> Så efterfrågar vi elektronisk kommunikation - en individundersökning 2004 (T- 110402, PTS-ER-2004:40).

<sup>18</sup> Så efterfrågar vi elektronisk kommunikation - en individundersökning 2004 (T- 110402, PTS-ER-2004:40).

Inledningsvis kan PTS konstatera att samtliga operatörer i Sverige som via förval eller direktförbindelse erbjuder telefonitjänster tillhandahåller både nationella och internationella samtal. Att operatörer kan förvärva nödvändiga grossistkomponenter styrks av att cirka 40 operatörer av varierande storlek tillhandahåller såväl nationella som internationella telefonitjänster på den svenska marknaden. Utöver etablerade operatörer tillkommer det även nya operatörer, varför PTS bedömer att det inte råder några stora hinder för att etablera sig på de aktuella marknaderna.<sup>19</sup> Operatörerna är dock i stor utsträckning nischade och erbjuder konkurrenskraftiga priser till ett begränsat antal destinationer. Att operatörerna är nischade innebär exempelvis att en operatör som skall svara på en prishöjning på andra destinationer än de som operatören profilerat sig inom, jämfört med redan etablerade operatörer måste kunna erbjuda ett betydligt lägre pris som överväger kundernas kostnader och arbete för att byta operatör. PTS har att bedöma om en liten operatör som tillhandahåller internationella telefonitjänster vid en liten och varaktig prishöjning med lätthet kan erbjuda konkurrenskraftiga nationella telefonitjänster och vice versa.

Genomsnittsinntakten för nationella och internationella samtal har utvecklats olika under de senaste åren, se bild 1 och 2.

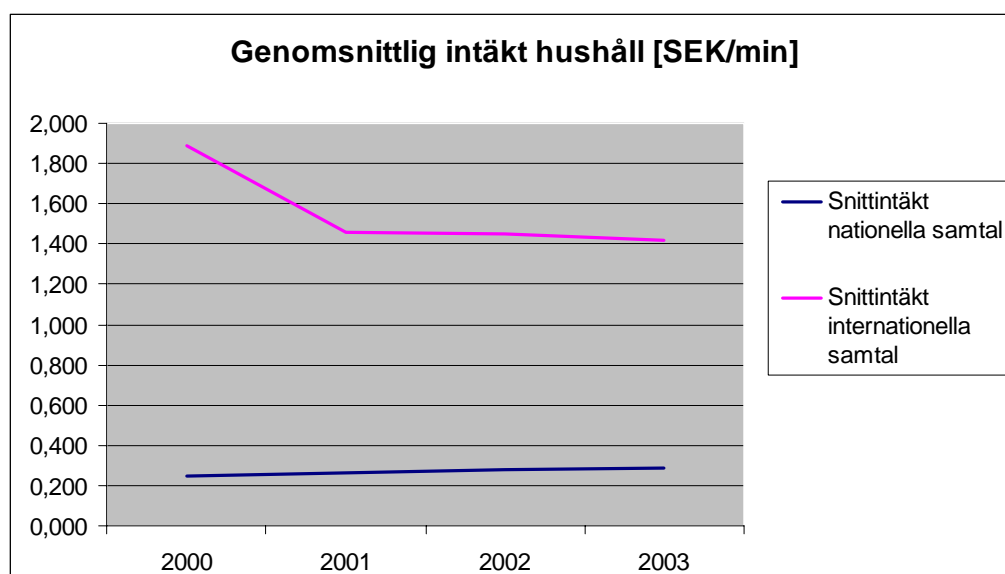


Bild 1. Genomsnittsinntäkt för nationella och internationella samtal för hushåll.<sup>20</sup>

<sup>19</sup> Exempel på operatörer som etablerats under 2004 är Devicom och Tele0.

<sup>20</sup> Den främsta orsaken till det ökade priset för nationella samtal är en ökad volym samtal till mobilnät i förhållande till andra nationella destinationer.

	2001	2002	2003
Fasta destinationer	50 642	44 958	41 935
varav samtal för Internet access	18 202	14 541	13 305
Från fastnät till mobilnät	3 078	3 260	3 345

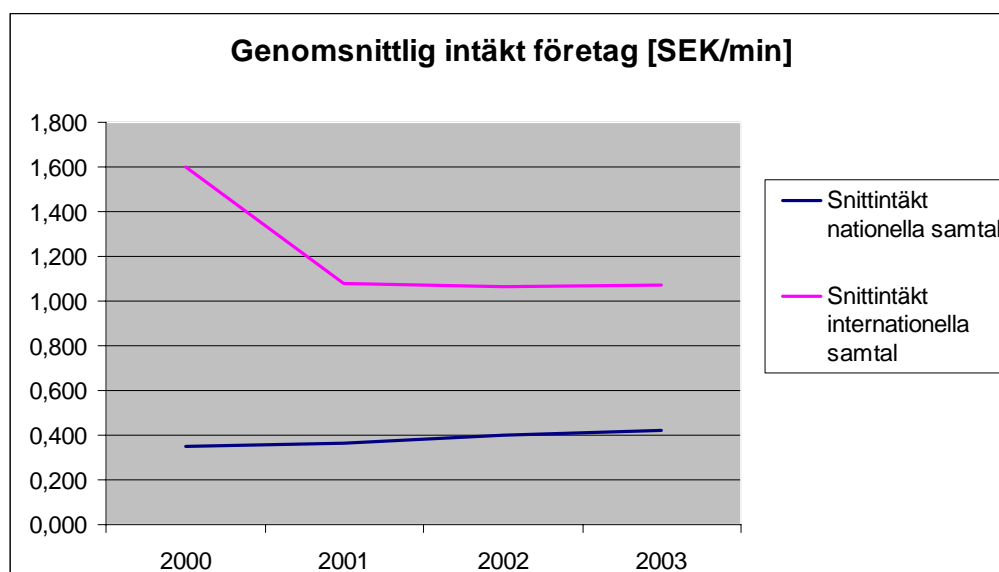


Bild 2. Genomsnittintäkt för nationella och internationella samtal för företag.<sup>21</sup>

Att genomsnittintäkten har utvecklats olika för nationella respektive internationella samtal kan tyda på att det råder olika förutsättningar för att förvärva de nödvändiga grossistkomponenterna som krävs för att erbjuda dessa samtalsslag.

Inledningsvis kan PTS konstatera att en operatör som producerar nationella telefonitjänster utan betydande omställningskostnader kan ställa om produktionen till att även producera internationella telefonitjänster och vice versa genom att produktionsplattformen/teknisk utrustning är densamma, förutsatt att övriga grossistkomponenter kan erhållas. Eftersom andelen kunder som är direktanslutna till andra operatörer än TeliaSonera alltjämt är liten, är tillgången till samtrafik och förval helt avgörande för kundernas tillgång av konkurrerande telefonitjänster.<sup>22</sup> Operatörer är således beroende av tillgången till originering för att erbjuda såväl nationella som internationella telefonitjänster.

För att en operatör skall kunna träda in på marknaden för internationella samtal är det vanligtvis nödvändigt att erbjuda betydligt lägre priser än etablerade operatörer. Operatören är därför beroende av internationell terminering till konkurrenskraftiga villkor. Internationell terminering kan på grossistnivå köpas av ett antal operatörer i Sverige. Alternativt kan internationell nätkapacitet etableras till andra länder där terminering kan erhållas. Möjligheterna för en operatör som erbjuder nationella samtal att vid en liten och varaktig prishöjning på internationella samtal förvärva nödvändiga konkurrenskraftiga grossistkomponenter för att tillhandahålla internationella samtal bedömer PTS som begränsade. Således är tillgången begränsad ifråga om de insatsvaror som behövs för att en operatör som erbjuder nationella samtal med lätthet skall kunna ställa om produktionen för att även erbjuda internationella samtal.

<sup>21</sup> Se föregående fotnot.

<sup>22</sup> PTS beslut avseende fastställande av marknaderna för tillträde till allmänt telefonnät, dnr 04-6943 samt dnr 04-6944, (marknaderna 1-2 - SE/2004/0112-0113).

Beträffande operatörers möjlighet att erbjuda nationella samtal har PTS inte funnit några hinder vad gäller att få tillgång till nödvändiga grossistkomponenter mot bakgrund av att terminering i nationella operatörers nät och förmedling via TeliaSoneras nät är reglerad.<sup>23</sup> PTS bedömer dock att tillhandahållande av nationella samtal är förenat med skalfördelar och att operatörer först vid en viss trafikvolym och med tillgång till ett i viss utsträckning utbyggt nationellt nät kan uppnå en kostnadsnivå som medger att operatören kan erbjuda betydligt lägre priser än etablerade operatörer. Möjligheterna för en operatör som erbjuder internationella samtal att vid en liten och varaktig prishöjning på nationella samtal förvärva nödvändiga konkurrenskraftiga grossistkomponenter för att tillhandahålla nationella samtal bedömer PTS därför som begränsade. Således är tillgången begränsad vad gäller insatsvaror som behövs för att en operatör som erbjuder internationella samtal med lätthet skall kunna ställa om produktionen för att även erbjuda nationella samtal.

PTS bedömer sammanfattningsvis, utifrån svenska förhållanden, att det finns begränsade möjligheter att köpa konkurrenskraftiga grossistkomponenter som behövs för att en operatör på marknaden för nationella samtal med lätthet skall kunna träda in på marknaden för internationella samtal och vice versa. Det framstår därför som motiverat att definiera separata marknader för nationella respektive internationella telefonitjänster. Operatörer som tillhandahåller såväl nationella som internationella telefonitjänster är beroende av insatsvarorna originering, förmedling och terminering. Mot bakgrund av prispress och små marginaler bedömer PTS att operatörer som tillhandahåller nationella respektive internationella samtal vid avsaknad av reglerad tillgång till samtrafik skulle ha mycket begränsade möjligheter att konkurrera på marknaden.

#### *4.6 Sammanfattning av produktmarknaden*

Tillträde till det allmänna telefontätet<sup>24</sup> respektive mobila telefonitjänster ingår inte i de marknader som nu är föremål för prövning. Marknaderna omfattar dock samtliga telefonitjänster via en fast anslutningspunkt, oavsett vilken teknisk lösning som används. I marknaderna ingår således telefonitjänster via bl.a. PSTN-anslutning, ISDN-anslutning och sådan bredbandsanslutning som medger telefoni. PTS bedömer att det enligt svenska förhållanden finns skäl att göra en uppdelning mellan hushåll och företag vad gäller telefonitjänster. Kriteriet för att en kund skall betecknas som företag, till skillnad från hushåll, är att kunden har organisationsnummer och inte personnummer. Internationella och nationella telefonitjänster framstår som separata marknader. PTS definierar således, mot bakgrund av det ovan sagda, fyra slutkundsmarknader för telefonitjänster:

- allmänt tillgängliga lokala och/eller nationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt - för hushåll
- allmänt tillgängliga internationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt - för hushåll

<sup>23</sup> Skyldighetsbeslut med dnr 04-6947, 04-7290, 04-7288, 04-6952, 04-7287, 04-7228 (marknaderna 8-10 - SE/2004/0049-0051).

<sup>24</sup> För bedömning av dessa marknader se ärende med dnr 04-6943 och 04-6944 (SE/2004/0112-0113).

- allmänt tillgängliga lokala och/eller nationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt - för andra kunder än hushåll.
- allmänt tillgängliga internationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt - för andra kunder än hushåll.

Dessa marknader motsvarar de av kommissionen definierade marknaderna för telefonitjänster.

### 5. Avgränsning av den geografiska marknaden

Samtliga anmälda aktörer som tillhandahåller allmänt tillgängliga telefonitjänster har rätt att bedriva sin verksamhet i hela landet. Någon regionalt avgränsad anmälan finns således inte. En operatör som tillhandahåller telefonitjänster i Sverige är anmälningspliktig här, oavsett om företaget rent faktiskt är beläget i annat land.

Infrastrukturen är en avgörande begränsande faktor för möjligheterna att tillhandahålla såväl nationella som internationella telefonitjänster via en fast anslutningspunkt. Det finns ett väl utbyggt metallbaserat accessnät för telefoni i Sverige, vilket är det nät som i stor utsträckning används för tillhandahållande av telefonitjänster. Detta nät är rikstäckande och således nationellt i sin geografiska omfattning. Alternativa accessförbindelser finns främst för företag av viss storlek samt för vissa bredbandskunder. Dessa utgör ett mycket litet antal av det totala antalet kunder på de totala marknaderna.

På de aktuella marknaderna finns såvitt PTS erfar inte någon operatör som inte tillämpar enhetliga priser över hela landet. Vidare har, mot bakgrund av bl.a. prissättningen av samtrafik, tillhandahållare av telefonitjänster (exempelvis förvals- eller prefixoperatörer) likartade produktionskostnader för hela Sverige. Konkurrensförhållandena får således anses likartade i hela landet på respektive marknad för telefonitjänster. Mot bakgrund av ovanstående finner PTS att marknaderna omfattar minst hela landet.

Kommissionen har inte identifierat någon gränsöverskridande marknad för telefonitjänster. PTS har inte heller funnit att någon av marknaderna för telefonitjänster skulle vara gränsöverskridande.

Mot bakgrund av det ovan sagda gör PTS bedömningen att marknaderna för allmänt tillgängliga nationella respektive internationella telefonitjänster för hushåll respektive företagskunder är nationella.

### 6. Marknadsbeskrivning

Nedan följer en beskrivning av förhållandena på de, enligt ovan, avgränsade marknaderna.

Allmänt tillgängliga telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt räknas som en s.k. samhällsomfattande tjänst, som enligt 5 kap. 1 § 1 EkomL skall finnas tillgänglig till ett överkomligt pris till stadigvarande bostad eller fast verksamhetsställe åt var och en som begär detta.

Den totala marknaden för fast telefoni, dvs. tillträde till allmänt telefontnät och telefonitjänster, omsätter cirka 24 miljarder kr per år. Av den totala omsättningen

utgör intäkter från telefonitjänster 67 procent. Det årliga marknadsvärdet för nationella samtal uppgår till cirka 8,5 miljarder kr för hushåll och cirka 6 miljarder kr för företag. Internationella samtal uppgår till ett värde av cirka 780 miljoner kr för hushåll och 530 miljoner kr för företag.<sup>25</sup> I diagram 3 nedan visas utvecklingen av de totala intäkterna för respektive marknad under de senaste åren.

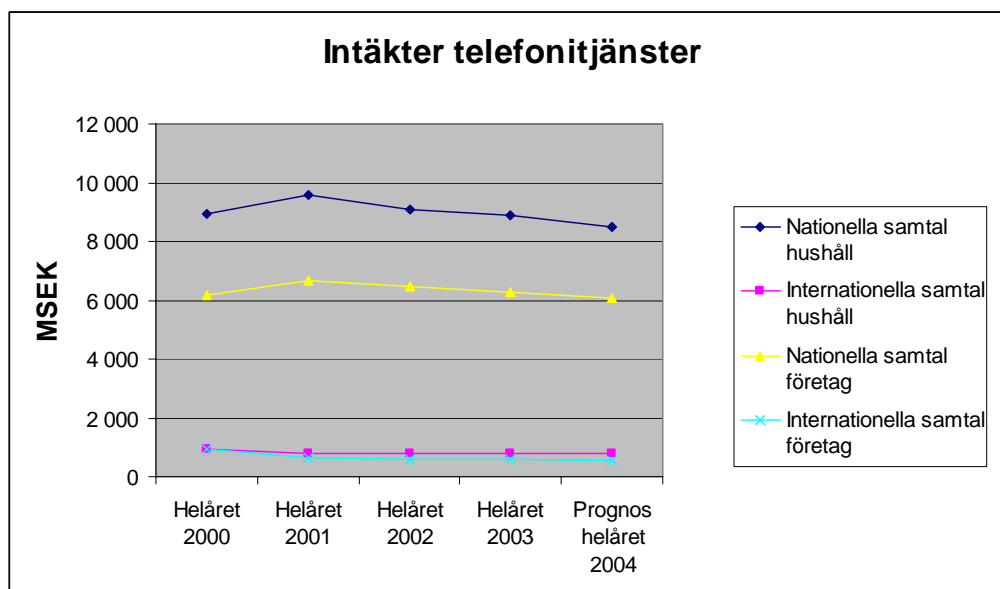


Diagram 3. Totala intäkter på respektive marknad för telefonitjänster

Det finns ett stort antal aktiva operatörer på de svenska marknaderna för telefonitjänster och antalet operatörer har ökat sedan marknaderna för telefonitjänster började konkurrensutsättas under 90-talet. I tabell 4 nedan redovisas antalet operatörer under första halvåret 2004 som levererade tjänster till slutkund. Antal operatörer som erbjöd telefonitjänster 1999 var cirka 10.<sup>26</sup>

Marknad	Antal operatörer
Nationella samtal hushåll	46
Internationella samtal hushåll	42
Nationella samtal företag	38
Internationella samtal företag	35

Tabell 4. Antalet operatörer på respektive marknad

<sup>25</sup> Uppgifter beräknade från PTS - Svensk Telemarknad första halvåret 2004, PTS-ER-2004:43.

<sup>26</sup> I backspegeln - Erfarenheter av tio år med telagen, PTS-ER-2003:5.

Nedan redovisas den sammantagna utveckling för operatörernas andel av de totala intäkterna för nationella respektive internationella samtal.

	dec-97	dec-98	dec-99	dec-00	dec-01	dec-02	dec-03	jun-04
TeliaSonera	96%	92%	88%	74%	65%	58%	55%	53%
Tele2 (inkl. Optimal)	3%	5%	8%	10%	14%	16%	16%	18%
Glocalnet				1%	1%	2%	4%	6%
ACN					2%	3%	3%	2%
MCI					1%	2%	2%	3%
Universal Telecom						1%	2%	2%
Ventelo					2%	2%	2%	2%
Song					3%	2%	1%	1%
Telenor						1%	2%	2%
PGOne							1%	1%
Ovriga	1%	3%	4%	15%	12%	14%	11%	8%

Tabell 5. Operatörernas andel av de totala intäkterna för nationella samtal.

	dec-97	dec-98	dec-99	dec-00	dec-01	dec-02	dec-03	jun-04
TeliaSonera	73%	63%	58%	56%	48%	44%	40%	40%
Tele2 (inkl. Optimal)	16%	15%	14%	12%	17%	16%	15%	17%
Glocalnet				2%	2%	2%	4%	5%
ACN					2%	2%	3%	2%
MCI					8%	10%	10%	7%
Universal Telecom						1%	2%	8%
Ventelo					3%	2%	3%	3%
Song					3%	3%	2%	2%
Telenor						2%	2%	2%
PGOne							2%	2%
Ovriga	11%	22%	28%	31%	17%	17%	17%	12%

Tabell 6. Operatörernas andel av de totala intäkterna för internationella samtal.

PTS konstaterar att TeliaSoneras andel av intäkterna kontinuerligt har sjunkit sedan marknaderna började konkurrensutsättas. Förvalsreformen ökade konkurrensen på marknaderna och priserna för både internationella samtal och samtal till mobil sjönk under de första åren.

Under år 2000 avskaffade de flesta operatörer systemet med olika taxor för lokal- och fjärrsamtal i Sverige och införde en enhetlig nationell taxa. För att lokalsamtal vid införandet av förvalsreformen skulle kopplas via förvalsoperatören krävdes att abonnenten slog riktnummer före abonnentnumret. I det fall abonnenten inte slog riktnummer kopplades samtalet i stället via TeliaSonera. Först i februari 2002 infördes möjligheten till förval för samtal inom samma riktnummerområde utan krav på att abonnenten först slog riktnummer.

Som beskrivits ovan är det endast den operatör som tillhandahåller tillträdet, som kan erbjuda telefonitjänster om slutkunden inte har valfriheten att via prefix eller förval välja en alternativ operatör för telefonitjänsten. Undersökningar visar att det finns en stor efterfrågan hos kunder till förvalsoperatörer att de även skall kunna erbjuda telefonabonnemang, vilket skulle kunna tyda på konkurrensfördelar för operatörer som även tillhandahåller tillträde.<sup>27</sup> Vid sidan av TeliaSonera erbjuder de flesta av de övriga operatörerna telefonitjänster via prefix eller förval. Operatörers nyttjande av konventionella abonnentledningar för att erbjuda tillträde och telefonitjänster är alltså begränsat. TeliaSonera, som i de flesta fall tillhandahåller den fasta anslutningen,<sup>28</sup> har således haft en särställning på marknaden för telefonitjänster, såtillvida att bolaget kan erbjuda slutkunden en faktura och en leverantörsrelation, för både anslutning och telefonitjänster.

<sup>27</sup> Enligt undersökningen T-24447, TEMO Direkt om telefoni och TV från 2003.

<sup>28</sup> TeliaSoneras marknadsandelar uppgår till över 99 % på hushållsmarknaden och cirka 89 % på företagsmarknaden, se ärenden med dnr 04-6943 och 04-6944.

TeliaSonera har börjat erbjuda återförsäljarprodukter för telefonabonnemang. PTS har även beslutat att TeliaSonera skall erbjuda grossistprodukter för telefonabonnemang (GTA<sup>29</sup>) som omfattar PSTN och ISDN 2B+D<sup>30</sup>. Införandet av en grossistprodukt för telefonabonnemang leder till att även andra operatörer kan erbjuda en samlad faktura för tillträde och telefonitjänster. PTS bedömer att införandet av GTA, utöver effekter på marknaderna för tillträde till allmänt telefontät, även kommer att ha positiva effekter på konkurrensen för telefonitjänster, eftersom operatörerna kan tillgodose slutkundernas efterfrågan av en gemensam faktura. Därtill ökar även operatörernas möjlighet att differentiera sina erbjudanden.

Vid sidan av konventionell teknik förekommer, i begränsad omfattning, att telefonitjänster tillhandahålls via IP-telefoni, främst till bredbandsanslutna hushåll. Telefonitjänsten kan då tillhandahållas av bredbandsleverantören eller en fristående tjänsteleverantör. Möjligheten för konkurrerande operatörer att erbjuda IP-telefoni till TeliaSoneras bredbandskunder har starkt begränsats genom att TeliaSonera uppställt krav på att kunden köper telefonabonnemang för att tillhandahålla bredbandsaccess. PTS har beslutat att TeliaSonera utöver samlade erbjudanden även skall tillhandahålla bredbandsaccesser i slutkunds- och grossistledet utan krav på att slutkunden har ett telefonabonnemang.<sup>31</sup>

#### *Prisutvecklingen på de aktuella marknaderna*

I Sverige infördes pristak, dvs. ett angivet maxpris, för telefonabonnemang år 1991. Denna reglering togs dock bort den 1 januari 2001. Skälet till att pristaket inte förlängdes var bland annat att Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2887/2000 av den 18 december 2000 om tillträde till accessnät (LLUB-förordningen) trädde ikraft den 2 januari 2001. Förordningen föreskriver en rätt för konkurrerande operatörer att få tillträde till dominerande operatörers accessnät och tillhörande faciliteter och syftar till att öppna upp för konkurrens inom accessnätet. Den 24 november 2004 meddelade PTS beslut rörande skyldigheter på marknaden för LLUB, vilket innebär att förordningens regler om tillhandahållande av LLUB i princip bibehålls.<sup>32</sup> Det har således inte funnits något pristak för telefonitjänster, utan marknaderna har prisreglerats genom en skyldighet om ett kostnadsorienterat pris för telefonitjänster mellan fasta anslutningspunkter. Skyldigheten upphörde dock att gälla den 25 juli 2004 enligt övergångsbestämmelserna till EkomL.

Sedan några år tillbaka följer PTS hur priserna utvecklas på bland annat telefonitjänstemarknaderna. De sammanställningar PTS genomför baseras på olika sammansättningar av samtal, s.k. korgar, vilka återspeglar olika kundgruppers förbrukning av olika telefonitjänster. För samtliga korgar har priserna sjunkit under de senaste två åren, vilket tyder på en viss marknadsdynamik. PTS bedömer att korgarna i stor utsträckning påverkas av prissättningen för nationella samtal

<sup>29</sup> Grossistprodukt för telefonabonnemang (GTA). Se beslut i ärenden med dnr. 04-6943 och 04-6944 (SE/2004/0112-0113).

<sup>30</sup> Även kallad ISDN basaccess, motsvarande två kanaler á 64 kbit/s och en signaleringssignal.

<sup>31</sup> PTS beslut 2005-02-18 om skyldigheter för TeliaSonera på slutkundsmarknaderna för tillträde till allmänt telefontät. Dnr 04-6943, 04-6944 (SE/2004/0112-0113).

<sup>32</sup> Se beslut i ärende med dnr 04-6948 (SE/2004/0083).

även om de inkluderar internationella samtal. Internationella samtal omfattar endast cirka 8 procent av den totala omsättningen för både hushåll och företag. Som PTS redogjort för ovan är den genomsnittliga intäkten för nationella samtal högre för företag än hushåll. Att genomsnittsentäkten för nationella samtal för företag är högre än motsvarande för hushåll bedömer PTS främst beror på att andelen samtal till mobil är högre för företag, 43 procent av omsättningen i förhållande till 35 procent för hushåll. Priserna för samtal till fasta nationella destinationer bedömer PTS som likvärdiga för hushåll och företag.

TeliaSonera utgör inte det billigaste valet för någon av PTS definierade användargrupper, men det finns samtidigt operatörer som erbjuder betydligt högre priser än TeliaSonera, se tabell 7.

Priskorg	Billigast	TeliaSonera	Dyrast
Låg 1	186	214	365
Låg 2	249	281	442
Medel 1	213	247	379
Medel 2	246	282	431
Medel 3	263	309	448
Hög	325	366	574

*Tabell 7. Jämförelse av månadskostnaden i SEK mellan TeliaSonera, billigaste och dyraste operatör för olika användargrupper. Jämförelsen omfattar inte IP-telefoni.*

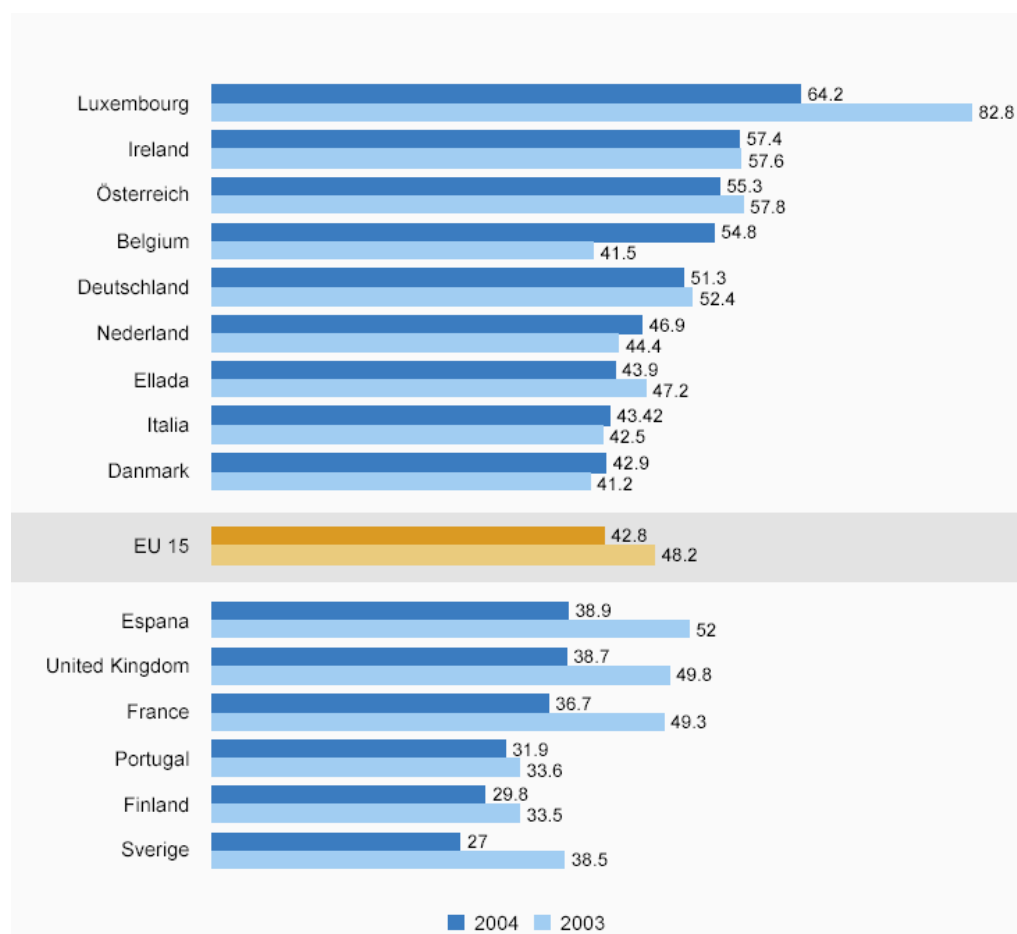
PTS bedömer operatörernas möjlighet att pressa priserna på nationella samtal till fasta nätanslutningspunkter som begränsade mot bakgrund av att priserna är nära den del av produktionskostnaden som utgör samtrafikkostnaden. För nationella samtal till mobila nätanslutningspunkter finns utrymme för sjunkande priser i takt med att kostnaden för terminering i mobilnät sjunker och närmar sig mobiloperatörernas produktionskostnad.

I tabell 8 redovisas månadskostnaden för TeliaSonerans IP-telefonitjänst och motsvarande erbjudande från billigaste konkurrent. För IP-telefoni finns svårigheter att enkelt jämföra olika typer av erbjudanden. Vissa erbjudanden är oberoende av andra produkter medan andra erbjudanden förutsätter att slutkunden exempelvis har ett bredbandsabonnemang. Det förekommer även skillnader mellan erbjudanden som beror av den kundutrustning som används och om kostnader för nummerportering är inkluderade. Eftersom jämförelsen inte inkluderar kostnaden för bredbandsaccess kan det finnas erbjudanden som i sin helhet är mer förmånliga än redovisade uppgifter.

Priskorg	Billigast	TeliaSonera
Låg 1	82	169
Låg 2	143	250
Medel 1	97	213
Medel 2	127	255
Medel 3	152	287
Hög	165	403

Tabell 8. Jämförelse av månadskostnaden i SEK mellan TeliaSoneras IP-telefonierbudande och motsvarande billigaste IP-telefonierbudande för olika användargrupper. Mot bakgrund av att PTS inte verifierat alla av operatörerna inrapporterade uppgifter kan avvikelser förekomma.

Vid en europeisk jämförelse kan myndigheten konstatera att det finns indikatorer som tyder på att det kan finnas nationella omständigheter som gör att de svenska marknaderna skiljer sig från övriga länder. Bland annat är den totala kostnaden för en slutkund i Sverige lägre än i andra europeiska länder, se tabell 9.



Tabell 9. Total kostnad per månad för fast telefoni [€]. Telecom Service Indicators 2004 - IPSOS-INRA på uppdrag av Information Society Directorate-General of the European Commission.

Orsaken till en låg total kostnad kan vara låga priser alternativt lågt nyttjande av fast telefoni. PTS bedömer att den främsta orsaken är låga priser i Sverige i förhållande till andra europeiska länder, vilket även indikeras i en studie av den brittiska regleringsmyndigheten Ofcom.<sup>33</sup> Jämförelsen visar att priserna i Sverige är låga i förhållande till de övriga länderna i undersökningen - Frankrike, Tyskland, Storbritannien och USA.

I IPSOS-INRAS:s rapport (s. 39) framgår att Sverige är ett av de länder där nätägaren med historiskt övertag har lägst marknadsandelar för tillhandahållande av fasta telefonitjänster. Sammanfattningsvis bedömer PTS att det finns indikatorer som visar på att det finns nationella förhållanden i Sverige som skiljer sig från förhållandena i övriga europeiska länder.

## 7. Fastställande av relevant marknad för vilken förhandsreglering är motiverad

### 7.1 Bedömning utifrån tre kriterier

Av 8 kap. 5 § EkomL framgår att myndigheten fortlöpande skall fastställa vilka produkt- och tjänstemarknader som har sådana särdrag att det kan vara motiverat att införa skyldigheter enligt lagen. Vidare framgår att kommissionens rekommendation och riktlinjer skall beaktas vid fastställandet.

I rekommendationen anges att tre kumulativa kriterier skall beaktas innan en marknad kan fastställas. Det första kriteriet gäller huruvida en marknad kännetecknas av stora och varaktiga hinder för marknadstillträde. Det andra kriteriet tar sikte på marknadsdynamik. Det tredje kriteriet gäller huruvida konkurrenslagstiftningen i sig själv är tillräcklig med beaktande av särdragen inom sektorn för elektronisk kommunikation. En marknad som inte passerar samtliga kriterier får inte bli föremål för ingripanden i form av regleringsskyldigheter enligt 4 kap. 4 § och 5 kap. 13 och 14 §§ EkomL.

Av förarbetena till 8 kap. 5 § EkomL (se prop. 2002/03:110 s. 273) framgår att utgångspunkten för en marknadsanalys är kommissionens rekommendation. Av specialmotiveringen till 8 kap. 5 § i samma förarbeten (s. 402 f.) framgår bl.a. följande. Bestämmelsen utgör en handlingsregel för myndigheten och innehåller inga närmare angivelser om hur genomgången skall genomföras och vad som skall beaktas vid fastställandet av en marknad. [...] Genom att rekommendationen anger marknaderna torde det i praktiken endast återstå för en myndighet att ange marknadernas geografiska omfattning, om inte myndigheten bestämmer en marknad på ett sätt som avviker från kommissionens rekommendation.

PTS finner det lämpligt att göra en bedömning utifrån de tre kriterierna avseende de aktuella marknaderna, med särskilt beaktande av de nationella förhållandena.

Det första kriteriet innebär en bedömning av om det på den aktuella marknaden finns stora och varaktiga hinder för marknadstillträde. Inom sektorn för elektronisk kommunikation kan hindren vara strukturella, rättsliga eller regleringsbaserade.

---

<sup>33</sup> International benchmarking study of fixed line services av den 4 juni 2003.

Telefonitjänster tillhandahålls genom att operatörer nyttjar egen infrastruktur alternativt ges tillgång till nödvändig infrastruktur genom ett reglerat tillträde, såsom prefix- eller förval.<sup>34</sup> Av EkomL följer en skyldighet för den operatör som har betydande inflytande på marknaden för tillhandahållande av anslutning till och användning av det allmänna telefonnätet till fast nätanslutningspunkt att ge sina abonnenter tillgång till tjänster som erbjuds av andra som tillhandahåller allmänt tillgängliga telefonitjänster som operatören bedriver samtrafik med genom prefix- och förval. Utan sådan reglering finns således ingen skyldighet att ge andra aktörer tillträde till infrastruktur för att dessa skall kunna erbjuda telefonitjänster.

Att det med nuvarande tillgång till samtrafik och förval finns goda möjligheter för operatörer att etablera sig på de aktuella marknaderna visas av att det finns cirka 40 operatörer som erbjuder telefonitjänster. Operatörernas storlek varierar och det finns såväl stora som små operatörer. Det har även under 2004 etablerats nya operatörer som erbjuder telefonitjänster. PTS har inte funnit några rättsliga eller regleringsbaserade hinder för operatörer att etablera sig på de aktuella marknaderna.

Om det saknades möjligheter att köpa grossisttjänster motsvarande förval och prefix skulle operatörer vara hänvisade till att utöver telefonitjänster även tillhandahålla tillträde till allmänt telefonnät, t.ex. via LLUB. Att tillhandahålla tillträde kräver vanligtvis nyanläggning av infrastruktur till höga och icke återvinningsbara kostnader. En ny aktör skulle därtill behöva en viss volym för att uppnå de stordriftsfördelar och koncentrationsfördelar som krävs för att kunna tillhandahålla tillträde på konkurrenskraftiga villkor. PTS konstaterar även att operatörer, i avsaknad av en reglerad tillgång till samtrafik i form av originering, förmedling och terminering, skulle ha små möjligheter att erbjuda konkurrenskraftiga telefonitjänster. Sammanfattningsvis kan PTS konstatera att det i avsaknad av reglerad tillgång till förval och prefix samt samtrafik skulle finnas strukturella hinder för nya aktörer att etablera sig på de aktuella marknadssegmenten.

PTS har i beslut om fastställande av relevanta marknader och identifiering av företag med betydande inflytande för tillträde till det allmänna telefonnätet för hushåll respektive andra kunder än hushåll konstaterat att TeliaSonera har en skyldighet att i enlighet med 5 kap. 12 § EkomL tillhandahålla förval och prefix.<sup>35</sup> Tillträdet till förval skall tillhandahållas mot ersättning för driftkostnader och får inte debiteras abonnenten. Utöver TeliaSoneras skyldighet att tillhandahålla förval och prefix är tillgång till samtrafik avgörande för konkurrensen på de aktuella marknaderna. PTS har i beslut om skyldigheter för företag med betydande inflytande på marknaderna för samtalsoriginering i det allmänna telefonnätet via en fast anslutningspunkt, samtalsterminering i individuella allmänna telefonnät via en fast anslutningspunkt, förmedlingstjänster via det fasta allmänna telefonnätet samt terminering av samtal i

<sup>34</sup> Därutöver finns möjlighet att genom s.k. förbetalda telefonkort erbjuda nationella eller internationella samtal, vilket kan sägas ha haft viss begränsad inverkan på konkurrensen för främst vissa internationella samtal för hushåll. Som angetts ovan tillhandahålls telefonitjänster även via IP-telefoni. Detta förekommer som beskrivits tidigare endast i begränsad omfattning.

<sup>35</sup> Beslut med dnr 04-6943 och 04-6944. (SE/2004/0112-0113). 5 kap 12 § EkomL implementerar artikel 19.1 och 19.3 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/22/EG om samhällsomfattande tjänster och användares rättigheter avseende elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster, EGT nr L 108, 24.4.2002, s. 51.

individuella allmänna mobilnät säkerställt tillgången på nödvändiga samtrafikprodukter för tillhandahållande av telefonitjänster.<sup>36</sup> Samtrafikskyldigheterna innebär exempelvis att TeliaSonera skall tillämpa kostnadsorienterade priser, icke-diskriminerande villkor och särredovisning. De aktuella skyldigheterna kommer att kvarstå åtminstone till och med PTS nästa marknadsanalys och PTS kan således konstatera att det inte finns stora etableringshinder på de svenska marknaderna för telefonitjänster. Förutsättningarna för konkurrens är, mot bakgrund av ovanstående, inte beroende av reglering på de aktuella marknaderna utan av reglering på andra marknader. Trots att det inte finns några stora etableringshinder, finns det mot bakgrund av att de aktuella marknaderna tidigare varit reglerade och behovet av reglering på andra marknader, särskilda skäl för PTS att genomföra en analys av om det förekommer någon operatör med betydande inflytande eller om det råder effektiv konkurrens på de aktuella marknaderna.

## 7.2 Marknadsandelar

Det är enligt konkurrensrätlig praxis nödvändigt att bedöma betydelsen av marknadsandelar som indikator för varje enskild marknad för att kunna fastslå dominans.

Enligt kommissionen bör det mått på marknadsandelar väljas som antas ge det bästa uttrycket för marknadsstyrka på den aktuella marknaden. Det är de nationella regleringsmyndigheterna som skall avgöra vilka kriterier som är lämpligast för mätning av marknadsstyrka. Marknadsandelar för de aktuella marknaderna kan bland annat mätas i försäljningsvärde, antal förvals- och prefixkunder eller volym i form av samtalsminuter. Beroende på egenskaperna hos de aktuella marknaderna ger dessa mått en mer eller mindre rättvisande bild av de olika aktörernas marknadsstyrka och marknadsinflytande.

På företagsmarknaderna förekommer korsrabattering mellan fasta och rörliga avgifter för tillträde och telefonitjänster. PTS bedömer att korsrabattering kan förekomma även på hushållsmarknaderna. Vissa operatörer tillämpar nolltaxa när en av operatörens kunder ringer till en annan. Försäljningsvärdet kan, av dessa skäl, inte anses vara det mest rättvisande måttet. En och samma slutkund kan använda sig av flera prefixoperatörer, varför antalet förvals- och prefixkunder inte kan betraktas som ett helt rättvisande mått. Volym i form av utgående samtalsminuter är att anse som det mest teknikneutrala och långsiktigt hållbara måttet på marknadsinflytande på de aktuella marknaderna.

Av de uppgifter PTS begärt in framgår att det, under första halvåret 2004 producerades 23 011 miljoner utgående samtalsminuter i Sverige. Av denna totala mängd producerade TeliaSonera 13 021 miljoner utgående samtalsminuter. Mot bakgrund av att det finns ett stort antal operatörer på de aktuella marknaderna finns en osäkerhet huruvida alla operatörer rapporterat uppgifter till PTS. Om någon operatör inte rapporterat uppgifter medför det att den totala volymen på respektive marknad är större och de nedan redovisade marknadsandelarna är

---

<sup>36</sup> Skyldighetsbeslut med dnr 04-6947, 04-7290, 04-7288, 04-6952, 04-7287, 04-7228 (SE/2004/0049-0051).

mindre än vad som redovisas. Nedan redovisas TeliaSoneras marknadsandel på respektive telefonitjänstemarknad och utveckling under de senaste åren.

	dec-02	dec-03	jun-04
<b>Hushåll</b>			
Nationella samtal	65%	52%	50%
Internationella samtal	53%	44%	38%
<b>Företag</b>			
Nationella samtal	70%	69%	59%
Internationella samtal	30%	34%	34%

Tabell 10. TeliaSoneras andelar av marknaderna för telefonitjänster.

TeliaSoneras marknadsandelar på marknaderna för nationella telefonitjänster har sjunkit kraftigt under den senaste tvåårsperioden. Ett huvudskäl till detta är, med all sannolikhet, införandet av möjligheten att ringa lokalsamtal med förval utan riktnummertagning.

En stabil marknadsandel överstigande 50 procent utgör en presumtion för att en marknadsdominerande ställning föreligger. Marknadsandelar på mellan 30 och 40 procent anses ligga under den nivå som tyder på dominans. TeliaSoneras marknadsandel på marknaderna för internationella samtal för hushåll respektive företag är båda under 40 procent och tyder således inte på något betydande inflytande.

TeliaSoneras marknadsandel på hushållsmarknaden för nationella samtal tyder på en presumtion för att TeliaSonera har ett betydande inflytande. Som framgår av tabell 13 har TeliaSoneras marknadsandelar sjunkit kraftigt under de senaste åren. PTS bedömer att marknadsdata från en senare tidpunkt än halvårsskiftet 2004 troligtvis skulle visa att TeliaSonera har en marknadsandel som är något mindre än 50 procent. De två näst största operatörerna på hushållsmarknaden för nationella samtal är Tele2 med 23 procents marknadsandel och Glocalnet med 10 procents marknadsandel.

TeliaSoneras marknadsandel på företagsmarknaden för nationella samtal tyder på en presumtion för att TeliaSonera har ett betydande inflytande. Den näst största operatören på företagsmarknaden för nationella samtal är Tele2 med 12 procents marknadsandel. TeliaSonera har under första halvåret 2004 tappat stora marknadsandelar på företagsmarknaden för nationella samtal. Att ett företag tappar marknadsandelar kan vara ett tecken på att marknaden håller på att bli mer konkurrensutsatt, men det utesluter inte förekomst av betydande inflytande. Om utvecklingen under första halvåret 2004 håller i sig kommer TeliaSoneras marknadsandel på företagsmarknaden för nationella samtal i ett framåtblickande perspektiv understiga 50 procent innan PTS påbörjar nästkommande revidering av marknadsanalysen. TeliaSoneras marknadsandelar på båda marknaderna för nationella samtal har sjunkit under de senaste åren, vilket kan tyda på att TeliaSonera inte kan utöva något betydande inflytande.

Mot bakgrund av det ovanstående finner PTS anledning att närmare analysera om det finns andra indikatorer utöver marknadsandelar som tyder på att TeliaSonera har eller inte har ett betydande marknadsinflytande på de aktuella marknaderna.

### 7.3 Övriga indikatorer m.m.

Det är inte tillräckligt med en stor marknadsandel för att fastställa att företaget har eller inte har ett betydande marknadsinflytande. Nedan anges indikatorer som, vid sidan av marknadsandelar, vid en framåtblickande bedömning, är relevanta för marknaden och kan tala för eller emot att ett företag har betydande inflytande.

Inledningsvis analyserar PTS indikatorer som kan påverka bedömningen av TeliaSoneras inflytande på de två marknaderna för nationella telefonitjänster. Därefter analyseras de indikatorer som påverkar bedömningen på de två marknaderna för internationella telefonitjänster.

#### 7.3.1 Marknaderna för nationella samtal

##### *Kontroll över infrastruktur*

Aktörer som kontrollerar infrastruktur, som utgör en viktig insatsfaktor på en marknad, kan dra fördelar av detta. Om det är svårt, kostsamt eller riskabelt att kopiera infrastrukturen, utgör detta faktum ett väsentligt hinder för etablering av infrastrukturberoende tjänster på marknaden, vilket kan indikera förekomst av företag med betydande marknadsinflytande.

TeliaSonera har, genom tillgången till det rikstäckande metallbaserade accessnätet, ett starkt inflytande på marknaden för tillträde till det allmänna telefonnätet via en fast anslutningspunkt. PTS gör bedömningen att det, i frånvaro av en reglerad tillgång till förval och samtrafik, skulle finnas avsevärda inträdesbarriärer för andra företag som önskar tillhandahålla telefonitjänster via fast anslutningspunkt. Som konstaterats ovan kommer en reglerad tillgång till förval och samtrafik att kvarstå åtminstone fram till och med PTS nästa marknadsanalys.

På företagsmarknaderna är möjligheterna att investera i alternativ infrastruktur större i förhållande till hushållsmarknaderna, eftersom större företag har en större trafikvolym som kan motivera nödvändiga investeringar. Mot bakgrund härav har företag i betydligt större utsträckning än hushåll tillgång till flera leverantörer av tillträde till allmänt telefonnät. PTS bedömer att detta är den främsta orsaken till att andelen företag som nyttjar förval är lägre än andelen hushåll.

	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Hushåll	0	735 000	983 000	1 396 000	1 777 000	2 047 000
Företag	0	131 000	152 000	162 000	174 000	184 000

*Tabell 11. Antal aktiva förvalskunder sista kvartalet för respektive år. Kunder som har olika förval för nationella och internationella samtal motsvarar endast en kund, Svensk Telemarknad 2003, PTS-ER-2004:24*

Som PTS beskrivit ovan finns det önskemål hos många kunder att erhålla telefonitjänster och tillträde till allmänt telefonnät från samma operatör. TeliaSonera skulle som leverantör med betydande inflytande på marknaderna för tillträde till allmänt telefonnät därmed kunna ha konkurrensfördelar på marknaderna för telefonitjänster. Mot bakgrund av att införandet av GTA ger

konkurrerande operatörer en möjlighet att även erbjuda telefonabonnemang, bedömer PTS att de eventuella fördelar TeliaSonera har haft på de aktuella telefonitjänstemarknaderna som leverantör av tillträde till allmänt telefonnät inte längre kvarstår.

Vid tillhandahållande av nationella telefonitjänster utgör samtrafikprodukterna originering, förmedling och terminering avgörande insatsvaror. Mot bakgrund av att TeliaSonera har ett betydande inflytande på samtrafikmarknaderna är det avgörande för en fungerande konkurrens att TeliaSonera inte kan nyttja detta inflytande för att stärka sitt inflytande på marknaderna för nationella telefonitjänster. Införandet av exempelvis produkterna Telia Fritid och Telia Alltid, som innebär att kunden kan ringa nationella samtal till fasta telefoner till ett fast pris utan minutavgift, skulle kunna tyda på att TeliaSonera kan överföra marknadsmakt från samtrafikmarknaderna. För produkterna finns ingen direkt koppling mellan intäkt och produktionskostnad för ett enskilt samtal eftersom samtrafikavgifterna alltför är minutbaserade. Mer än hälften av de konkurrerande operatörerna har dock motsvarande erbjudanden, varför PTS inte bedömer att det finns något betydande hinder för andra operatörer att erbjuda motsvarande produkter som TeliaSonera. Härvid kan tilläggas att Konkurrensverket har prövat och funnit att prissättningen av Telia Alltid och Telia Fritid inte utgör missbruk av dominerande ställning.<sup>37</sup> Med nuvarande samtrafikreglering bedömer PTS således att TeliaSonera inte kan utnyttja sitt betydande inflytande på samtrafikmarknaderna för att påverka konkurrensituationen på de aktuella marknaderna. PTS ämnar dock noga följa den kommande marknadsutvecklingen för att identifiera om marknadssituationen förändras.

PTS bedömer mot bakgrund av ovanstående att TeliaSoneras kontroll över infrastrukturen inte i nuläget negativt påverkar konkurrensituationen eller talar för att TeliaSonera har ett betydande inflytande på de svenska slutkundsmarknaderna för nationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast nätanslutningspunkt.

#### *Stordrifts- och samproduktionsfördelar*

Fördelar till följd av produktionens spännvidd, samproduktionsfördelar, innebär att kostnaderna för att producera en grupp produkter är lägre om produktionen samlas i en anläggning än om produktionen sker i flera anläggningar eller företag.

TeliaSonera har samproduktionsfördelar genom gemensamt utnyttjande av accessnät, produktionslokaler och stomnät för fler produkter än telefonitjänster som tillhandahålls via fast nätanslutningspunkt. TeliaSonera har även samproduktionsfördelar för administrativa funktioner.

Nyetablerade operatörer har möjlighet att få del av stordrifts- och samproduktionsfördelar inom olika delar av produktionen för att tillhandahålla telefonitjänster. Exempelvis erbjuder MCI med flera operatörer möjligheten för små nyetablerade operatörer att nyttja de förstnämndas nät för att på så sätt ta del av stordrifts- och samproduktionsfördelar. PTS bedömer att en anledning till att exempelvis MCI erbjuder nät drift till andra operatörer är att företaget, som främst

---

<sup>37</sup> Konkurrensverket dnr. 51/2004.

är aktivt på företagssegmentet, kan öka sina egna stordrifts- och samproduktionsfördelar genom att erbjuda nät drift till andra operatörer.

Även inom områden för administrativa funktioner som exempelvis fakturering och kundservice finns underleverantörer. PTS bedömer att mindre operatörer således kan ta del av stordrifts- och samproduktionsfördelar även för administrativa funktioner.

PTS bedömer inte att TeliaSonerans stordrifts- och samproduktionsfördelar i någon betydande omfattning överstiger konkurrerande operatörers fördelar. Detta gäller särskilt i förhållande till större operatörer såsom Tele2 och Glocalnet på hushållsmarknaderna och Tele2, MCI och Telenor på företagsmarknaderna. Mot bakgrund härav bedömer PTS inte att TeliaSonerans stordrifts- och samproduktionsfördelar talar för att företaget har ett betydande inflytande på de svenska slutkundsmarknaderna för nationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast nätanslutningspunkt.

#### *Vertikal integration*

Ett företags vertikala integration kan förhindra konkurrenters expansion eller nya aktörers etableringsmöjligheter om den medför svårigheter att få tillgång till viktiga insatsfaktorer eller hindrar tillgången till kunder.

Utöver att TeliaSonera tillhandahåller slutkundsprodukter på de aktuella marknaderna är företaget även verksamt på uppströmsmarknader som leverantör av grossisttjänsten förvalstelefon.<sup>38</sup> Vertikal integration föreligger vidare i förhållande till de aktuella marknaderna såtillvida att TeliaSonera även har en betydande position när det gäller att tillhandahålla samtrafik och insatsvaror för att erbjuda tillträde till allmänt telefontät.

Att TeliaSonera är vertikalt integrerat stärker företagets inflytande på hushålls- och företagsmarknaderna för tillträde till allmänt telefontät.<sup>39</sup> TeliaSonera är leverantör av konventionella abonnentledningar och hyrda förbindelser, vilket är den typ av nätkapacitet som andra operatörer företrädesvis använder sig av för att direktansluta kunder och, i konkurrens med TeliaSonera, kunna erbjuda telefonitjänster. PTS bedömer dock att införandet av GTA samt den reglerade tillgången till förval minskar TeliaSonerans eventuella möjligheter att utnyttja sitt inflytande på tillträdesmarknaderna vid tillhandahållande av telefonitjänster.

TeliaSonera tillhandahåller insatsvaror för förval och samtrafik med hög förädlingsgrad åt operatörer som verkar på de aktuella marknaderna. Genom att välja antalet samtrafikpunkter med TeliaSonera finns även goda möjligheter för operatörer att successivt öka användningen av egen eller alternativa operatörers infrastruktur. Som framgår ovan finns även god tillgång till underleverantörer av andra nödvändiga insatsvaror som exempelvis nät drift och administrativa funktioner, se vidare avsnittet om stordrifts- och samproduktionsfördelar. Den goda tillgången på nödvändiga insatsvaror för att tillhandahålla tjänster på de aktuella marknaderna skiljer sig från exempelvis situationen på marknaderna för

<sup>38</sup> Med uppströmsmarknader avses marknader för nödvändiga insatsvaror på den aktuella marknaden.

<sup>39</sup> Se beslut i ärenden med dnr 04-6943 och 04-6944.

tillträde till allmänt telefontät. PTS bedömer att den goda tillgången på insatsvaror begränsar TeliaSoneras möjligheter att utnyttja det faktum att företaget är vertikalt integrerat. Härutöver har PTS inte funnit att det faktum att TeliaSonera är vertikalt integrerat hindrar andra företag från att expandera, se vidare avsnittet om hinder för expansion. Mot bakgrund härav bedömer PTS att det faktum att TeliaSonera är vertikalt integrerat inte i någon avgörande omfattning talar för att bolaget har ett betydande inflytande på de aktuella marknaderna.

#### *Motverkande köparmakt*

Med motverkande köparmakt avses förekomsten av köpare med en stark förhandlingsposition gentemot företag som säljer en typ av tjänster eller produkter. Sådan förhandlingsposition kan ha en betydande inverkan på det säljande företagets prissättning. Om motverkande köparmakt utövas begränsas det säljande företagets möjlighet att agera oberoende av konkurrenter, sina kunder och i sista hand konsumenterna.

Flertalet större företag och organisationer har ett antal leverantörer att välja mellan för tillträde till allmänt telefontät och telefonitjänster och får anses kunna utöva en viss köparmakt.

Hushåll och företag som köper tillträde till allmänt telefontät av TeliaSonera har möjlighet att via för- och prefixval välja olika leverantörer av telefonitjänster. Slutkundernas kostnader för att byta leverantör bedömer PTS som låga. Av hushållskunderna har tio procent av hushållen inom det senaste halvåret bytt operatör vilket tyder på att kunder även utnyttjar sin möjlighet att byta operatör.<sup>40</sup> PTS bedömer att även om enskilda slutkunder inte har en sådan förhandlingsposition att de direkt kan påverka TeliaSoneras pris och villkor för nationella telefonitjänster så kan slutkunderna via för- och prefixval enkelt byta leverantör och därmed utöva sin köparmakt. Att slutkunderna byter mellan olika operatörer tyder även på marknadsdynamik.

PTS bedömer att både hushåll och företag har goda möjligheter att välja olika leverantörer av nationella telefonitjänster och kan således utöva köparmakt. Att slutkunderna kan utöva köparmakt talar emot att TeliaSonera har ett betydande inflytande på de svenska slutkundsmarknaderna för nationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast nätanslutningspunkt.

#### *Prisutveckling*

Prisutvecklingen på en marknad kan ge vägledning avseende om ett företag har möjlighet att utöva marknadsmakt eller inte. Om ett företag på marknaden framstår som prisledande kan det bero på att inga andra företag ser en möjlighet att utmana prisledaren; antingen på grund av att de inte har tillräcklig kapacitet eller resurser alternativt på grund av att det är mer lönsamt att avstå från att utmana prisledaren. Om marknaden präglas av stark priskonkurrens kan det indikera att det inte är möjligt att utöva marknadsmakt. Stark priskonkurrens kan även bero på ett prisrig som syftar till att driva bort aggressiva utmanare från marknaden. Sådant beteende kan vara förenat med att ett företag har en dominerande ställning.

---

<sup>40</sup> Så efterfrågar vi elektronisk kommunikation – en individundersökning 2004, PTS-ER-2004:40, s. 19.

PTS har analyserat av operatörer publicerade prislistor och prisplaner. Det förekommer dock att företag erbjuds mer fördelaktiga priser vilka främst riktar sig till företag som har möjlighet att välja olika leverantörer av såväl telefonitjänster som tillträde till allmänt telefonnät. PTS bedömer dock inte att kundunika erbjudanden till vissa företag påverkar PTS bedömning av TeliaSoneras prissättning.

Under de senaste två åren har PTS i detalj följt prisutvecklingen och som beskrivits ovan under avsnitt 6, har priserna sjunkit för samtliga korgar i PTS prisjämförelse. Det framgår även att det finns operatörer som erbjuder högre respektive lägre priser än TeliaSonera. För att identifiera om TeliaSonera är den operatör som initierar prisförändringar på marknaden för nationella samtal har PTS undersökt de prisförändringar som TeliaSonera genomfört sedan 1999. Följande större prisförändringar som bolaget genomfört har identifierats:

- Införandet av ett enhetligt pris för samtliga fasta nationella destinationer i februari 2000
- Höjd startavgift i mars 2000
- Sänkningar av priserna för samtal till mobiltelefoner 1999-2002
- Prisplanerna Telebonus och Ungdom, infördes 2001.
- Telia Favorit, vilket är rabatt på ett antal i förväg utvalda nummer, infördes 2004.
- Telia Fritid och Alltid, vilket främst omfattar fast pris för samtal till nationella fasta destinationer, infördes under 2004.

Införandet av enhetligt pris och höjningen av startavgiften år 2000 föregicks av att ett antal operatörer införde enhetligt pris och justerade startavgifterna. Exempel på företag som införde enhetligt pris före TeliaSonera är Teleman och Abonnera.<sup>41</sup> Sänkningar av priserna för samtal till mobil genomfördes efter att motsvarande samtrafikavgifter sänkts och under en tidsperiod där många operatörer förändrade sina priser för samtal till mobil.<sup>42</sup> Exempel på operatörer som erbjuder olika typer av prisplaner och rabatt på förutbestämda nummer före TeliaSoneras införande av Telebonus, Ungdom och Favorit är Tele2:s Nära&Kära och ACN Gold.<sup>43</sup> Som beskrivits ovan var TeliaSonera initiativtagare vid införandet av Telia Fritid även om det tidigare funnits liknande erbjudanden som varit mer begränsade, se vidare avsnittet om kontroll av infrastruktur.<sup>44</sup> Senare under 2004 infördes Telia Alltid som föregicks av att Tele2 och Optimal Telecom infört ett liknande erbjudande. Sammanfattningsvis bedömer PTS att TeliaSonera endast i något enstaka fall varit initiativtagare till de prisförändringar företaget genomfört. PTS konstaterar även att antalet erbjudanden på marknaderna ökat dramatiskt under 2004 som ett resultat av att många operatörer introducerat

---

<sup>41</sup> Se [www.cint.se](http://www.cint.se)

<sup>42</sup> PTS faktablad: Samtrafik och samtrafikavgifter i mobilnätet, PTS-F-2002:1

<sup>43</sup> Se [www.cint.se](http://www.cint.se)

<sup>44</sup> Se exempelvis pressmeddelanden från Glocalnet 1999-12-28 och 2000-09-25.

tjänster utan minutavgift till olika destinationer. Erbjudanden utan minutavgift är speciellt förmånliga för kunder med en stor trafikvolym.

TeliaSonera har tidigare haft en i lag reglerad skyldighet att tillhandahålla telefonitjänst mellan fasta nätanslutningspunkter inom ett allmänt tillgängligt telenät till ett kostnadsorienterat pris.<sup>45</sup> Som ovan angivits, upphörde TeliaSoneras skyldighet att gälla den 25 juli 2004 enligt övergångsbestämmelserna till EkomL. Före utgången av övergångsperioden hade PTS, genom offentliggörande av ett informellt samråd på de nu aktuella marknaderna, kommunicerat att myndigheten inte avsåg att införa någon reglering av tillhandahållande av telefonitjänster.<sup>46</sup> Det kan konstateras att TeliaSonera, sedan skyldigheterna på de aktuella marknaderna upphörde, inte genomfört någon prishöjning och inte heller vidtagit någon sampaketering av tjänsterna som skulle kunna påkalla ingripande i form av reglering. PTS har inte kunnat konstatera några för konkurrensen negativa förändringar under den tidsperiod marknaderna varit oreglerade.

Sammanfattningsvis bedömer PTS att TeliaSonera inte är prisledande på marknaderna för nationella samtal och konstaterar vidare att det råder priskonkurrens på marknaderna för nationella telefonitjänster. Att priserna sjunker och nya erbjudanden introduceras av olika operatörer talar emot att TeliaSonera har ett betydande inflytande på marknaderna för nationella samtal.

#### *Hinder för expansion*

Omständigheter i det enskilda fallet kan medföra att företag som är etablerade på marknaden inte kan öka sin produktion utöver en given nivå, utan att det medför ett behov av investeringar i ny produktionsutrustning. Ett annat exempel på expansionshinder är inlåsnings effekter. Hinder för expansion kan förstärka ett företags marknadsinflytande, medan goda expansionsmöjligheter för andra företag på marknaden skapar förutsättningar för effektiv konkurrens. Många hinder för expansion utgör även hinder för inträde på en marknad.

För att konkurrerande operatörer till TeliaSonera skall kunna expandera sin verksamhet krävs vanligtvis stegvisa investeringar för att kunna hantera en ökad volym kunder och trafik. Operatörer har i dag goda möjligheter att successivt bygga ut samtrafik med TeliaSonera i takt med en ökad trafikvolym. Operatörer kan i ett inledningsskede ansluta sig i ett fåtal punkter och successivt öka antalet samtrafikpunkter och samtrafikkapacitet. Att operatörer successivt kan expandera visas av att ett flertal operatörer, exempelvis Glocalnet och Tele2, har varit etablerade under många år och successivt expanderat sin verksamhet. PTS bedömer inte att nödvändiga investeringar utgör något betydande hinder för operatörer att expandera. Det finns goda möjligheter för etablerade operatörer att fortsätta att växa, vilket även beskrivs nedan under avsnittet potentiell konkurrens.

På marknader för elektronisk kommunikation kan inlåsnings effekter uppstå på slutkundsmarknader och på grossistmarknader. Sådana effekter kan både utgöra

---

<sup>45</sup> Enligt den tidigare gällande 28 § Telelagen (1993:597) och 15 § Lag (2003:390) om införande av lagen (2003:389) om elektronisk kommunikation.

<sup>46</sup> Förslag publicerat för informellt samråd den 5 februari 2004. De enda skyldigheter rörande telefonitjänster som föreslogs vid det informella samrådet var tillhandahållande av telefonitjänster som inte omfattas av förval. PTS har härefter reglerat dessa tjänster på marknaderna för tillträde till det allmänna telefonnätet via en fast anslutningspunkt för hushåll och företag.

etableringshinder och hindra konkurrensen mellan företag som är etablerade på marknaden. I begränsad utsträckning förekommer det på de aktuella marknaderna att produkter sampaketeras, säljs med kopplingsförbehåll eller i form av kombinationserbudanden. Genom införandet av GTA har nu även andra leverantörer utöver TeliaSonera möjligheter att erbjuda kombinationserbudanden med telefonitjänster och telefonabonnemang som bland annat medger att slutkunder kan få både abonnemangs- och telefonikostnader fakturerade på samma räkning.

PTS anser till följd av det ovanstående inte att det finns några betydande hinder för expansion eller inläsningseffekter. PTS bedömer att konkurrerande operatörers fortsatta möjligheter att expandera talar emot att TeliaSonera har ett betydande inflytande på de svenska slutkundsmarknaderna för nationella telefonitjänster som tillhandahålls via fast nätanslutningspunkt.

#### *Potentiell konkurrens*

Ett företags marknadsinflytande kan begränsas av att det finns potentiella konkurrenter. Enligt kommissionen bör en nationell regleringsmyndighet således beakta sannolikheten för att företag, som för närvarande inte är aktiva på den relevanta marknaden, på medellång sikt kan besluta sig för att träda in på marknaden efter en liten, men ändå betydelsefull, varaktig prisökning.

Frånvaro av potentiell konkurrens har nära samband med hinder för marknadsinträde. Om hindren för inträde är små är möjligheten för potentiell konkurrens större. Potentiell konkurrens hindrar möjligheterna till en prishöjning på längre sikt genom att nya företag kommer in på marknaden inom en rimlig tidsperiod efter prishöjningen.

På de aktuella marknaderna är två typer av potentiell konkurrens i första hand aktuell, infrastrukturbaserad konkurrens främst via IP-telefoni samt ökad konkurrens från förvalsoperatörer. PTS bedömning av den potentiella konkurrensen på de aktuella marknaderna utgör inte främst en bedömning om nya aktörer kan etablera sig vid en varaktig prishöjning utan om redan etablerade operatörer kan fortsätta att konkurrera och ta marknadsandelar på de aktuella marknaderna.

IP-telefoni ingår i de aktuella marknaderna, men eftersom förutsättningarna för konkurrerande operatörer att erbjuda IP-telefoni sannolikt kommer att förbättras, bl.a. genom de regleringsåtgärder som PTS inför på marknaderna 1-2 och 11-12, har PTS valt att även bedöma potentialen av en ökad konkurrens från IP-telefoni. På hushållsmarknaden erbjuder idag exempelvis Bredbandsbolaget och Com hem IP-telefoni via bredbandsaccesser. Även TeliaSonera erbjuder IP-telefoni. Av det totala antalet producerade trafikminuter för IP-telefoni, som under första halvåret 2004 uppgick till 96 miljoner minuter, var dock TeliaSoneras marknadsandel mindre än 1 procent. Erbudanden om IP-telefoni har främst riktat sig till egna bredbandskunder, även om det finns aktörer som exempelvis Digisip som inte själva tillhandahåller bredbandsaccess. Förutsättningarna för att erbjuda konkurrenskraftiga IP-telefonitjänster via bredbandsaccesser i det metallbaserade accessnätet har varit begränsade. Om slutkunden övergår från ett traditionellt telefonabonnemang till IP-telefoni, övergår den för bredbandsaccessen underliggande insatsvaran LLUB från delat till fullt tillträde. TeliaSonera har debiterat en hög engångsavgift vid övergång från delat till fullt tillträde. PTS har

dock underrättat TeliaSonera om att företaget, för att efterleva PTS skyldighetsbeslut avseende marknaden för LLUB, måste upphöra med att debitera nämnda engångsavgift.<sup>47</sup> Därtill har kunder till TeliaSonera inte kunnat erhålla bredbandsaccess utan att köpa telefonabonnemang. PTS har genom beslut ställt krav på att TeliaSonera skall tillhandahålla bredbandsaccess utan krav på telefonabonnemang, vilket avsevärt ökar förutsättningarna för konkurrerande operatörer att erbjuda IP-telefoni.<sup>48</sup> Bredbandsaccess skall tillhandahållas utan krav på telefonabonnemang till såväl slutkunder som grossistkunder. Mot bakgrund av TeliaSoneras skyldighet att tillhandahålla samtrafik till icke-diskriminerande villkor,<sup>49</sup> bedömer PTS inte att det föreligger någon större risk att TeliaSonera kommer att underprissätta IP-telefoni.<sup>50</sup> I betraktande av ovanstående bedömer PTS att förutsättningarna för en ökad tillväxt av IP-telefoni förbättrats under senare tid.

På kort sikt är den potentiella konkurrens som olika förvalsoperatörer erbjuder av betydligt större betydelse än exempelvis IP-telefoni. Genom införandet av GTA ökar även möjligheterna för konkurrerande operatörer att differentiera sina erbjudanden, vilket PTS förväntar kommer att få positiva återverkningar på marknaderna för telefonitjänster. Sedan införandet av möjligheten för konkurrerande operatörer till TeliaSonera att återförsälja telefonabonnemang har flera operatörer nått försäljningsframgångar. Exempelvis hade Tele2 vid slutet av första kvartalet 2005 tecknat avtal med 300 000 kunder, vilket motsvarar drygt fem procent av det totala antalet telefonabonnemang.<sup>51</sup>

Sammantaget bedömer PTS att den konkurrens som TeliaSonera redan nu möter på hushållsmarknaden för nationella telefonitjänster talar emot att TeliaSonera har ett betydande inflytande på den svenska hushållsmarknaden för nationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast nätanslutningspunkt.

På företagsmarknaden erbjuder konkurrerande operatörer i större utsträckning telefonitjänster via eget tillträde till allmänt telefontät. Att operatörer agerar via eget tillträde är en av huvudledningarna till att förval inte nyttjas i samma utsträckning som på hushållsmarknaden. Även på företagsmarknaden förväntar PTS att införandet av GTA kommer att få positiva effekter på konkurrensen på marknaderna för telefonitjänster.

Mot bakgrund av det ovan sagda bedömer PTS att den existerande och potentiella konkurrensen är av sådan art att den talar emot att TeliaSonera har ett betydande inflytande på de svenska slutkundsmarknaderna för nationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast nätanslutningspunkt.

---

<sup>47</sup> Se PTS underrättelse om produktbyte i telestation, dnr. 04-12593.

<sup>48</sup> PTS beslut om skyldigheter i ärenden med dnr 04-6943, 04-6944 (SE/2004/0112-0113)

<sup>49</sup> PTS beslut om skyldigheter i ärenden med dnr 04-6947, 04-7290, 04-7288, 04-6952, 04-7287, 04-7228 (SE/2004/0049-0051)

<sup>50</sup> Genom underprissättning kan företag medvetet erbjuda en produkt till ett pris som innebär förlust för att undanröja en konkurrent i syfte att minska konkurrensen och kunna ta ut överpriser i framtiden.

<sup>51</sup> Tele2:s kvartalsrapport januari-mars 2005

### 7.3.2 Marknaderna för internationella samtal

Den analys av indikatorer som PTS genomfört för marknaderna för internationella telefonitjänster visar på likartade förhållanden som de ovan redovisade förhållandena på marknaderna för nationella telefonitjänster.

Mot bakgrund av att kontroll över infrastruktur har en relativt mindre betydelse på marknaderna för internationella telefonitjänster i förhållande till marknaderna för nationella telefonitjänster, talar TeliaSoneras kontroll över infrastruktur inte för att företaget har ett betydande inflytande. På samma sätt har stordriftsfördelar en mindre betydelse på marknaderna för internationella telefonitjänster. Således talar inte heller TeliaSoneras stordriftsfördelar för att företaget har ett betydande inflytande.

PTS bedömer, av motsvarande skäl som på marknaderna för nationella telefonitjänster, inte att det faktum att TeliaSonera är vertikalt integrerat tyder på att TeliaSonera har ett betydande inflytande på de aktuella marknaderna.

Att slutkunderna även på marknaderna för internationella telefonitjänster kan utöva sin köparmakt genom att byta till alternativa leverantörer talar emot att TeliaSonera har ett betydande inflytande. Även att etablerade och potentiella konkurrenter i likhet med förhållandena på marknaderna för nationella telefonitjänster kan fortsätta att expandera talar emot att TeliaSonera har ett betydande inflytande.

Sammantaget bedömer PTS att det inte finns några indikatorer som tyder på att TeliaSonera har ett betydande inflytande på hushålls- eller företagsmarknaden för internationella telefonitjänster.

## 8. Samlad bedömning beträffande identifiering av produkt- och tjänstemarknad

PTS har med utgångspunkt i de av kommissionen definierade marknaderna för telefonitjänster analyserat de svenska förhållandena.

PTS har konstaterat att det inte finns stora etableringshinder på marknaderna för telefonitjänster mot bakgrund av den reglering som fram till och med kommande marknadsanalys säkerställer tillgång till förval och prefix samt samtrafik.

För allmänt tillgängliga lokala och/eller nationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt för hushåll har PTS konstaterat att även om TeliaSoneras marknadsandel på 50 procent tyder på en presumtion för ett betydande marknadsinflytande. PTS bedömer att TeliaSoneras marknadsandel vid en senare mättidpunkt än halvårsskiftet 2004 troligtvis understiger 50 procent och således inte utgör en presumtion för betydande inflytande. Vidare talar inte det faktum att TeliaSonera kontrollerar infrastruktur, har stordrifts- och samproduktionsfördelar samt är vertikalt integrerat för ett betydande inflytande. Att slutkunder kan utöva köparmakt och att det finns en existerande och potentiell konkurrens från nya och redan etablerade operatörer talar emot att TeliaSonera har ett betydande inflytande. TeliaSoneras marknadsandelar har kontinuerligt minskat sedan införandet av förvalsreformen. Kostnaderna för de priskorgar PTS analyserar, där de nationella samtalen utgör en betydande del, visar att priserna har sjunkit under de senaste två åren. Att marknadsandelarna

förändras och priserna sjunker tyder även på marknadsdynamik. Även prisutvecklingen på marknaden talar emot att TeliaSonera har ett betydande inflytande. Sammantaget bedömer PTS att det inte finns några stora etableringshinder och att det råder effektiv konkurrens på marknaden för allmänt tillgängliga lokala och/eller nationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt för hushåll. PTS går därför inte vidare och bedömer de andra två kumulativa kriterierna. Mot bakgrund härav fastställer PTS inte någon relevant marknad för allmänt tillgängliga lokala och/eller nationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt för hushåll.

För allmänt tillgängliga lokala och/eller nationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt för andra kunder än hushåll har PTS konstaterat att TeliaSoneras marknadsandel på 59 procent tyder på en presumtion för att TeliaSonera har ett betydande marknadsinflytande. TeliaSoneras möjligheter att utnyttja det faktum att företaget kontrollerar infrastruktur, har stordrifts- och samproduktionsfördelar samt är vertikalt integrerat är begränsat. Att det finns en viss köparmakt och potentiell konkurrens från nya och redan etablerade operatörer begränsar TeliaSoneras möjligheter att utnyttja sitt inflytande. Prisutvecklingen på marknaden talar även emot att TeliaSonera har ett betydande inflytande. Att TeliaSoneras marknadsandel kraftigt sjunkit på kort tid tyder på marknadsdynamik. Sammantaget bedömer PTS att det inte finns några stora etableringshinder och att marknaden för allmänt tillgängliga lokala och/eller nationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt för andra kunder än hushåll i ett framåtblickande perspektiv inom tidsperioden fram till och med nästa marknadsanalys kommer att utvecklas mot effektiv konkurrens. Mot bakgrund härav fastställer PTS inte någon relevant marknad för allmänt tillgängliga lokala och/eller nationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt för andra kunder än hushåll.

För allmänt tillgängliga internationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt för hushåll respektive andra kunder än hushåll tyder inte TeliaSoneras marknadsandelar på ett betydande inflytande. PTS har inte funnit några andra omständigheter som talar för att TeliaSonera har ett betydande inflytande eller att det inte råder effektiv konkurrens. Mot bakgrund härav fastställer PTS inte några relevanta marknader för allmänt tillgängliga internationella telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt för hushåll respektive andra kunder än hushåll.

Sammanfattningsvis fastställer PTS inte några relevanta marknader för telefonitjänster som tillhandahålls via en fast anslutningspunkt i Sverige.

Marianne Treschow  
generaldirektör

Beslutet har fattats av generaldirektören Marianne Treschow. I ärendets slutliga handläggning har även deltagit avdelningschefen Joanna Ledunger, enhetschefen Eva Liljefors, enhetschefen Sara Andersson och handläggaren Cecilia Baksa (föredragande).