



**APEK**

Agencija za pošto in elektronske  
komunikacije Republike Slovenije

38241-1/2009-24

# **ANALIZA UPOŠTEVNEGA TRGA**

**»Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«**

## **S PREDLAGANIMI UKREPI**

**in upoštevanimi mnenji in  
pripombami zainteresirane javnosti  
ter Evropske komisije**

Ljubljana, junij 2009

## Kazalo

1. Uporabljeni izrazi v analizi .....	4
2. Pravna podlaga za analizo upoštevnega trga .....	6
3. Postopek analize trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« .....	8
3.1. Pregled ponudnikov javno dostopnih mobilnih telefonskih storitev .....	8
3.2. Vprašalniki za upoštevni trg, merjeno obdobje in časovni okvir predmetne analize .....	9
3.3. Sodelovanje z Uradom za varstvo konkurence .....	9
4. Dosedanji razvoj mobilnega trga v Sloveniji .....	10
4.1. Število operaterjev .....	10
4.2. Razvoj delovanja operaterjev GSM telefonije .....	10
4.3. Prenosljivost mobilnih števil .....	12
4.4. Pretekli vpliv Agencije na medoperaterski trg za dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij .....	12
5. Opredelitev upoštevnega trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« .....	16
5.1. Opredelitev trga proizvodov in storitev .....	16
5.2. Definiranje upoštevnega trga na podlagi zamenljivosti ponudbe in povpraševanja .....	17
5.2.1. Dostop do mobilnega omrežja in posredovanje klicev iz tega omrežja .....	18
5.2.2. 2G in 3G infrastruktura .....	22
5.2.3. Omrežja na fiksni lokaciji in mobilna omrežja .....	23
5.2.4. Storitve SMS .....	23
5.2.5. Druge podatkovne storitve na mobilnih omrežjih .....	24
5.2.6. Poslovni in rezidenčni uporabniki .....	25
5.2.7. Naročniški in predplačniški uporabniki .....	26
5.2.8. Mednarodno gostovanje .....	26
5.2.9. Oblike dostopa na veleprodajnem trgu .....	26
5.3. Opredelitev geografskega trga .....	29
5.4. Sklep o opredelitvi upoštevnega trga .....	29
6. Preizkus treh meril .....	31
6.1. Prvo merilo: prisotnost visokih in stalnih ovir za vstop na trg .....	31
6.1.1. Strukturne ovire .....	32
6.1.1.1. Nadzor nad infrastrukturo, ki se ne da zlahka podvojiti .....	32
6.1.1.2. Potopljeni stroški .....	37
6.1.1.3. Ekonomije obsega in ekonomije povezanosti .....	40
6.1.1.4. Tehnološke prednosti ali superiornost .....	42
6.1.1.5. Stopnja vertikalne integracije .....	44
6.1.1.6. Ovire za širitev .....	46
6.1.1.7. Raznolikost storitev in produktov .....	48
6.1.2. Pravne oziroma regulatorne ovire .....	49
6.2. Drugo merilo: struktura trga, ki se ne nagiba k učinkoviti konkurenci v ustreznem časovnem okviru .....	51
6.2.1. Tržni deleži .....	52
6.2.2. Cenovni trendi in cenovna politika .....	69
6.2.3. Potencialna konkurenca .....	71
6.2.4. Nadzor nad infrastrukturo, ki se ne da zlahka podvojiti .....	74
6.2.5. Raznolikost storitev in produktov .....	74
6.2.6. Ovire za širitev .....	74

6.3. Tretje merilo: samo konkurenčno pravo ni dovolj za odpravo zadevnih tržnih pomanjkljivosti..	74
6.3.1. Stopnja nekonkurenčnega obnašanja in težavnost njegovega odpravljanja .....	76
6.3.2. Nekonkurenčno obnašanje povzroča nepopravljivo škodo na povezanih trgih .....	78
6.3.3. Potreba po predhodni regulaciji za zagotovitev učinkovite konkurence na dolgi rok.....	78
7. Analiza podatkov in uporaba meril za ugotovitev stanja na upoštevnom trgu .....	80
7.1. Analiza obstoja pomembne tržne moči .....	81
7.1.1. Tržni delež operaterja na upoštevnom trgu in spreminjanje njegovega tržnega deleža na upoštevnom trgu v daljšem obdobju.....	81
7.1.2. Ovire za vstop na upoštevni trg in vpliv na potencialno konkurenco na tem trgu .....	82
7.1.3. Vpliv velikih uporabnikov na moč operaterja (izravnalna kupna moč) .....	84
7.1.4. Tehnološke prednosti .....	85
7.1.5. Doseganje ekonomij obsega in ekonomije povezanosti .....	86
7.1.6. Stopnja vertikalne integracije .....	86
7.1.7. Nadzor nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti.....	87
7.2. Ugotovitev stanja na upoštevnom trgu »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« .....	88
8. Predlagane obveznosti operaterju s pomembno tržno močjo .....	90
8.1. Obveznost dopustitve operaterskega dostopa do določenih omrežnih zmogljivosti in njihove uporabe.....	91
8.2. Obveznost zagotavljanja enakega obravnavanja.....	92
8.3. Obveznost zagotavljanja preglednosti.....	93
8.4. Obveznost cenovnega nadzora.....	95

## 1. Uporabljeni izrazi v analizi

**NMT** – Nordijski sistem mobilne telefonije (*Nordic Mobile Telephone System*). Analogni omrežni standard, ki so ga oblikovale skandinavske telefonske družbe in v splošnem velja za preživeto tehnologijo. Deluje v frekvenčnem območju 450 MHz ali 900 MHz. Sicer večkrat omenjen tudi kot sistem prve generacije.

**GSM (GSM 900)** – Globalni sistem mobilnih komunikacij (*Global System for Mobile Communications*), ki deluje v frekvenčnem območju 900 MHz. V analizi ga štejemo kot del GSM sistema v splošnem. Sicer večkrat omenjen tudi kot 2G oziroma sistem druge generacije.

**DCS 1800 (GSM 1800)** – Digitalni celični sistem (*Digital Cellular System*), ki deluje v frekvenčnem območju 1800 MHz, temelječ na protokolih GSM. V analizi ga štejemo kot del GSM sistema v splošnem. Sicer večkrat omenjen tudi kot 2G oziroma sistem druge generacije.

**HSCSD** – (*High Speed Circuit Switched Data*) je nadgradnja prenosa podatkov v sistemu GSM.

**GPRS** – (*General Packet Radio Service*) je paketni prenos podatkov v sistemu GSM, ki omogoča hitrejše prenosne kapacitete. Sicer večkrat omenjen tudi kot 2,5G; sistem druge in pol generacije.

**EDGE** – (*Enhanced Data rates for GSM Evolution*) je radijski vmesnik v sistemu GSM, ki omogoča večje in hitrejše prenosne kapacitete in kot tak predstavlja nadgradnjo GPRS in sodi v 2,5G.

**UMTS** – Univerzalni mobilni telekomunikacijski sistem (*Universal Mobile Telecommunications System*) je tretja generacija mobilnega telefonskega sistema. Poleg govornih storitev zaradi hitrega prenosa podatkov omogoča tudi uporabo naprednejših podatkovnih storitev preko (UMTS) mobilnih terminalov. Sicer večkrat omenjen tudi kot 3G oziroma sistem tretje generacije.

**HSDPA** – (*High-Speed Downlink Packet Access*) je protokol 3G, ki pomeni nadgradnjo omrežja UMTS in omogoča večje prenosne hitrosti in kapacitete podatkov od omrežja proti uporabniku.

**HSUPA** – (*High-Speed Uplink Packet Access*) je protokol 3G, ki pomeni nadgradnjo omrežja UMTS in omogoča večje prenosne hitrosti in kapacitete podatkov od uporabnika proti omrežju.

**Omrežni operater mobilne telefonije / infrastrukturni operater** – (*Mobile Network Operator - MNO*) je operater dovoljenjem za uporabo radijskih frekvenc za storitve mobilne telefonije z lastnim radijskim in jedrnim omrežjem. Hkrati je tudi ponudnik storitev mobilne telefonije. Omenjen je lahko tudi kot infrastrukturni operater (glej tudi poglavje 5.2.9.).

**Operater navideznega mobilnega omrežja** – (*Mobile Virtual Network Operator – MVNO*) je operater brez lastnega radijskega omrežja, ki poseduje ostalo, ali večji del potrebne infrastrukture za nudenje storitev pod lastno blagovno znamko ter uporablja lastne medomrežne povezave z ostalimi operaterji (glej tudi poglavje 5.2.9.).

**Ponudnik storitev / preprodajalec** – (*Service Provider / Reseller - SP*) nima svojega omrežja, vseeno pa trži storitve mobilne telefonije pod lastno znamko. V dogovoru z omrežnim operaterjem zakupi kapacitete in uporablja njegovo omrežje. Ponudnik storitev je

sicer tudi infrastrukturni operater (MNO), natančneje vertikalno integrirana maloprodajna enota infrastrukturnega operaterja, operater navideznega mobilnega omrežja ali operater, ki uporablja storitve nacionalnega gostovanja, vendar se v analizi, če ni drugače navedeno, izraz ponudnik storitev uporablja za operaterje brez lastne infrastrukture, ki pri MNO zakupujejo kapacitete na veleprodajnem trgu, z namenom nadaljnje prodaje slednih na maloprodajnem trgu pod lastno znamko (glej tudi poglavje 5.2.9.).

**Nacionalno gostovanje ali sledenje** – (*National Roaming - NR*) nacionalni roaming. Dogovor z drugim omrežnim operaterjem javne mobilne telefonije v isti državi ali na istem omrežnem območju. Dogovor o nacionalnem sledenju omogoča enemu operaterju mobilne telefonije, da uporablja omrežje drugega operaterja mobilne telefonije, kar mu omogoča boljšo pokritost prebivalstva in ozemlja in s tem prejšnji komercialni vstop na trg, navadno za čas postavitve lastnega omrežja do njegove zadostne funkcionalnosti (glej tudi poglavje 5.2.9.).

**Medomrežno povezovanje** – (*Interconnection*) fizično in logično povezovanje javnih komunikacijskih omrežij, ki jih uporablja isti ali drug operater, da omogoči uporabnikom enega operaterja komunikacijo z uporabniki istega ali drugega operaterja ali dostop do storitev, ki jih zagotavlja drug operater. Storitve lahko zagotavljajo udeležene stranke ali druge stranke, ki imajo dostop do omrežja. Medomrežno povezovanje je posebna vrsta operaterskega dostopa, izvedena med operaterji javnih komunikacijskih omrežij.

**Kolokacija** – (*Co-location*) skupna uporaba prostorske, kabelske, stolpovne in ostale infrastrukture za namene postavitve opreme za izvajanje storitev elektronskih komunikacij.

**Posredovanje klica** – (*Call Origination*) omogoča povezovanje klica od kličočega do klicanega uporabnika in obsega klic od kličočega uporabnika do komutacijskega centra istega ali točke medomrežne povezave drugega operaterja.

**Zaključevanje klica** – (*Call Termination*) omogoča povezovanje klica do klicanega od kličočega uporabnika in obsega klic od komutacijskega centra istega ali točke medomrežne povezave drugega operaterja do klicanega uporabnika.

**SIM kartica** – Modulna kartica za identifikacijo uporabnika (*Subscriber Identity Module Card*). Uporabniška kartica, ki vsebuje uporabnikove podatke. SIM kartica mora biti aktivirana in vstavljena v mobilni terminal, da ima uporabnik dostop do mobilnega omrežja in storitev.

**SMS** – Storitve kratkih sporočil (*Short Message Service*). Sistem pošiljanja in prejemanja kratkih tekstovnih sporočil preko mobilnega terminala.

**ZEKom** – Zakon o elektronskih komunikacijah (Uradni list RS, št. 13/07-UPB1 in 102/07-ZDRad, v nadaljevanju: ZEKom)

**Ostali termini** imajo enak pomen kot v ZEKom, če iz besedila analize ne izhaja kaj drugega, oziroma so definirani v analizi sami.

## 2. Pravna podlaga za analizo upoštevnega trga

Marca 2002 so bile na ravni Evropske unije (v nadaljevanju EU) sprejete štiri direktive, ki pomenijo regulatorni okvir na področju elektronskih omrežij in komunikacijskih storitev. Peta direktiva je bila sprejeta oktobra 2002. Navedene direktive so:

- Direktiva 2002/21/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 7. marca 2002 o skupnem ureditvenem okviru za elektronska komunikacijska omrežja in storitve, v nadaljnjem besedilu Okvirna direktiva;
- Direktiva 2002/20/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 7. marca 2002 o odobritvi elektronskih komunikacijskih omrežij in storitev, v nadaljnjem besedilu Direktiva o odobritvi;
- Direktiva 2002/19/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 7. marca 2002 o dostopu do elektronskih komunikacijskih omrežij in pripadajočih zmogljivosti ter njihovem medsebojnem povezovanju, v nadaljnjem besedilu Direktiva o dostopu;
- Direktiva 2002/22/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 7. marca 2002 o univerzalnih storitvah in pravicah uporabnikov v zvezi z elektronskimi komunikacijskimi omrežji in storitvami, v nadaljnjem besedilu Direktiva o univerzalnih storitvah;
- Direktiva 2002/58/ES Evropskega parlamenta in Sveta o obdelavi osebnih podatkov in varstvu zasebnosti na področju elektronskih komunikacij, v nadaljnjem besedilu Direktiva o varstvu podatkov.

Citirane direktive so bile v slovenski pravni red implementirane z ZEKom. ZEKom ureja pogoje za zagotavljanje elektronskih komunikacijskih omrežij in za izvajanje elektronskih komunikacijskih storitev. Agencija na podlagi ZEKom ter njegovih podzakonskih aktov zagotavlja pogoje za učinkovito konkurenco s tem pa omogoča enakopravno delovanje operaterjev na telekomunikacijskem trgu.

Agencija je pri opravljanju analize in oceni tržne moči upoštevala tudi Smernice Komisije o analizi trga in oceni pomembne tržne moči v skladu z ureditvenim okvirom Skupnosti za elektronska komunikacijska omrežja in storitve (2002/C 165/03), v nadaljnjem besedilu Smernice.

Osnovni cilj analize trga je ugotovitev ali na posameznem trgu obstaja konkurenca oziroma ali ima operater (lahko tudi dva ali več operaterjev skupaj) na posameznem upoštevne trgu pomembno tržno moč. Glede na izsledke analize se naložijo, spremenijo, ohranijo ali razveljavijo obveznosti iz 23. do 30. člena ZEKom.

Regulatorni okvir na področju elektronskih komunikacij v EU, kot tudi ZEKom, predvidevata tristopenjski proces v postopku določitve operaterja ali operaterjev s pomembno tržno močjo (v nadaljevanju OPTM) in naložitve obveznosti z namenom krepitve konkurence na trgu:

**I. Prvi korak** vsebuje določitev upoštevne trgov na področju elektronskih komunikacij v skladu z 20. členom ZEKom.

Pri določitvi upoštevne trgov je potrebno upoštevati določila regulatornega okvira na področju elektronskih komunikacij v EU. Na podlagi prvega odstavka člena 15 Direktive 2002/21/ES, Evropskega parlamenta in Sveta z dne 7. marca 2002 o skupnem regulatornem okviru za elektronska komunikacijska omrežja in storitve (OJ L 108, 24.4.2002, str. 33; v nadaljnjem besedilu: Okvirna direktiva) je Evropska komisija sprejela *Priporočilo z dne 11. februarja 2003 o upoštevne trgovih produktov in storitev v sektorju elektronskih komunikacij, ki so lahko predmet predhodnega urejanja v skladu z Direktivo 2002/21/ES Evropskega*

parlamenta in Sveta o skupnem ureditvenem okviru za elektronska komunikacijska omrežja in storitve (OJ L 114, 8.5.2003). V njem je Evropska komisija opredelila trge produktov in storitev v sektorju elektronskih komunikacij, katerih značilnosti lahko utemeljujejo uvedbo regulativnih obveznosti iz posebnih direktiv in so tako lahko predmet predhodne (*ex-ante*) regulacije. Pri določitvi upoštevni trgov je Evropska komisija ravnala v skladu z načeli konkurenčnega prava. Agencija je omenjene upoštevne trge produktov in storitev prevzela s sprejetjem Splošnega akta o določitvi upoštevni trgov (UL. RS št. 77/04).

Na podlagi novega *Priporočila Evropske komisije o upoštevni trgih proizvodov in storitev v sektorju elektronskih komunikacij, ki so lahko predmet predhodnega urejanja v skladu z Direktivo 2002/21/ES Evropskega parlamenta in Sveta o skupnem regulativnem okviru za elektronska komunikacijska omrežja in storitve (2007/879/ES) (UL L 344/65 z dne 28.12.2007; v nadaljevanju: Priporočilo Komisije)* je bil prej veljavni Splošni akt o določitvi upoštevni trgov spremenjen tako, da namesto 18 upoštevni trgov sedaj v 3. členu določa 7 upoštevni trgov (*Splošni akt o določitvi upoštevni trgov, Uradni list RS, št. 18/08 in 112/08, velja od 23.02.2008, v nadaljevanju: Splošni akt*). Glede preostalih upoštevni trgov, torej tistih, ki so bili izločeni, pa Splošni akt v 4. členu določa, da je Agencija dolžna na podlagi testa treh kriterijev<sup>1</sup> preveriti stanje konkurence ter po izvedeni analizi ugotoviti, ali so ti trgi še lahko predmet predhodnega (*ex ante*) urejanja.

Ker trg »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, ki je bil po Priporočilu Komisije iz leta 2003 uvrščen med 18 upoštevni trgov na 15. mesto (t.i. trg 15), ni več uvrščen med upoštevne trge, ki so predmet predhodne (*ex ante*) regulacije v Priporočilu komisije iz leta 2007, je Agencija ob upoštevanju 4. člena Splošnega akta, na podlagi 1. odstavka 21. člena ZEKom, preverila obstoj treh kriterijev, kot jih podrobneje opredeljuje Priporočilo Komisije. To v recitalu 5 določa, da je treba za opredelitev trgov, ki so lahko predmet predhodnega urejanja, uporabiti naslednja merila oz. kriterije:

1. prisotnost visokih in stalnih vstopnih ovir strukturne, pravne ali regulatorne narave;
2. struktura trga, ki se nagiba k neučinkoviti konkurenci v ustreznem časovnem okviru ter
3. dejstvo, da konkurenčna zakonodaja ne zadostuje za ustrezen odziv trga.

Ta merila je treba uporabljati kumulativno, tako da neizpolnjevanje kateregakoli od njih pomeni, da trg ne more biti predmet predhodnega urejanja. Izpolnjevanje navedenih treh meril pomeni, da je zadevni trg lahko predmet predhodnega urejanja. Na podlagi slednjega je Agencija dolžna opraviti analizo tako ugotovljenega trga in ugotoviti, ali razmere na trgu omogočajo učinkovito konkurenco.

**II. V drugem koraku** Agencija v sodelovanju z Uradom za varstvo konkurence opravi analizo upoštevni trga, v okviru katere se ugotavlja ali na trgu obstaja konkurenca.

**III. V tretjem koraku** Agencija, če na podlagi analize trga ugotovi, da učinkovite konkurence na trgu ni, v upravnem postopku z odločbo določi operaterja ali operaterje s pomembno tržno močjo (OPTM) in mu, oziroma jim naloži vsaj eno izmed možnih obveznosti z namenom reševanja dejanskih ali potencialnih težav na področju konkurence.

---

<sup>1</sup> Za izraz "test treh kriterijev" (*Three-Criteria Test*) je lahko v analizi uporabljena tudi besedna zveza "preizkus treh meril", ki ima isti pomen.

### **3. Postopek analize trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«**

#### **3.1. Pregled ponudnikov javno dostopnih mobilnih telefonskih storitev**

V uradni evidenci Agencije je bilo v obdobju od 1.7.2004 do 31.12.2008 (obdobje med navedenima datumoma šteje za merjeno obdobje predmetne analize) vpisanih sedem ponudnikov javno dostopnih mobilnih telefonskih storitev, ki so Agencijo obvestili, da zagotavljajo govorne storitve in prenos podatkov v posamičnih javnih mobilnih telefonskih omrežjih in sicer:

- družba Mobitel telekomunikacijske storitve, d.d., (v nadaljevanju Mobitel), z lastnim javnim mobilnim telefonskim omrežjem, ki je vpisana v uradno evidenco Agencije pod številko 330-59/2004;

- družba Si.mobil telekomunikacijske storitve, d.d., (v nadaljevanju Si.mobil), z lastnim javnim mobilnim telefonskim omrežjem, ki je vpisana v uradno evidenco Agencije pod številko 330-115/2004;

- družba Western Wireless International, družba za telekomunikacije, d.o.o., (v nadaljevanju WWI), z lastnim javnim mobilnim telefonskim omrežjem, vpisana v uradno evidenco Agencije pod številko 330-138/2004-2. WWI je do 31.5.2006 uporabljal tudi storitev nacionalnega sledenja v omrežju Mobitel. WWI je z dnem 31.5.2006 prenehal s komercialnim delovanjem v republiki Sloveniji in s tem dnem izključil lastno javno mobilno telefonsko omrežje, kar je Agencija v analizi trga upoštevala. WWI je izbrisan iz uradne evidence Agencije (pod številko 330-138/2004-7);

- družba Debitel telekomunikacije, d.d. (v nadaljevanju Debitel), ponudnik storitev govornih klicev v javnih mobilnih telefonskih omrežjih, nima lastnega javnega mobilnega telefonskega omrežja, temveč ponuja mobilne telefonske storitve preko omrežja Mobitel. Debitel je vpisan v uradno evidenco Agencije pod številko 330-112/2004;

- družba IZI mobil telekomunikacije, d.d. (v nadaljevanju Izimobil), ponudnik storitev govornih klicev v javnih mobilnih telefonskih omrežjih, nima lastnega javnega mobilnega telefonskega omrežja, temveč ponuja mobilne telefonske storitve preko omrežja Mobitel. Izimobil je vpisan v uradno evidenco Agencije pod številko 330-49/2005;

- družba Tušmobil, podjetje za mobilne komunikacije, d.o.o. (v nadaljevanju Tušmobil), z lastnim javnim mobilnim telefonskim omrežjem, ki ji je bila s strani WWI s soglasjem Agencije prenesena odločba o dodelitvi radijskih frekvenc za opravljane storitev mobilne telefonije maja 2006 (Odločba o dodelitvi radijskih frekvenc št. 654402). Tušmobil na trgu komercialno deluje od 31.10.2007 in še izgrajuje lastno infrastrukturno omrežje. Tušmobil uporablja tudi storitev nacionalnega sledenja v omrežju Mobitel. Tušmobil je vpisan v uradno evidenco Agencije pod številko 38211-11/2006;

- T-2 d.o.o. družba za ustvarjanje, razvoj in trženje elektronskih komunikacij in opreme d.o.o. (v nadaljevanju T-2) z lastnim javnim mobilnim telefonskim omrežjem, ki ji je bila 20.9.2006 s strani Agencije izdana odločba o dodelitvi radijskih frekvenc za opravljanje storitev UMTS, družba pa je s komercialnim delovanjem pričela v 1.6.2008. T-2 uporablja tudi storitev nacionalnega sledenja v omrežju Mobitel. T-2 je vpisan v uradno evidenco Agencije pod številko 330-147/2004.

Ti podatki so služili Agenciji za izhodišče pri ugotavljanju, kateri operaterji dejansko delujejo na trgu, ki je predmet te analize. Pri tem Agencija ugotavlja, da mora za zagotavljanje veleprodajne storitev dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij operater upravljati javno mobilno telefonsko omrežje.



### 3.2. Vprašalniki za upošteveni trg, merjeno obdobje in časovni okvir predmetne analize

Agencija je za postopek analize upoštevnih trgov od 1 do upoštevnega trga 18 (po starem Priporočilu Evropske komisije o upoštevnih trgih<sup>2</sup> in na podlagi starega Splošnega akta o upoštevnih trgih<sup>3</sup>) pripravila vprašalnike in jih posredovala operaterjem. Na podlagi izpolnjenih vprašalnikov Agencija ugotavlja stanje na upoštevnem trgu in po potrebi sprejme ustrezne obveznosti z namenom vzpostavitve učinkovite konkurence.

Agencija je pri analizi uporabila izpolnjene vprašalnike operaterjev, ki so se nanašali na obdobje od 1.7.2004 do 31.12.2008 in na podlagi katerih je v šestmesečnih, trimesečnih in enomesečnih časovnih serijah podatkov na tem trgu spremljala in analizirala stanje konkurenčnosti. Hkrati je z dodatnimi vprašalniki manjkajoče podatke pridobila tudi za nazaj. Zaradi dejstva, da izsledki analize predstavljajo osnovo za ugotovitev OPTM in posledično za morebitno naložitev ustreznih obveznosti z namenom reševanja dejanskih ali potencialnih težav na področju konkurence, ki imajo takojšen ali relativno kratkoročen vpliv na delovanje operaterja, ki je bil spoznan za OPTM, je Agencija želela v analizi upoštevati stanje na trgu, ki je časovno čim bližje zaključku analize in naložitvi ustreznih obveznosti morebitnemu OPTM. Analiza se je osredotočila na obdobje po izvedbi zadnje analize upoštevnega trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« na podlagi ZEKom, ki je temeljila na podatkih do vključno prve polovice leta 2004.

Poleg merjenega obdobja, pa skladno s Smernicami časovni okvir analize upošteva tudi prihodnje obdobje, ki ga analiza zajema. Agencija je tako v analizi upoštevala določila iz 21. člena ZEKom, ki določa instruksijski rok intervala analiz dveh let, zato so vse ocene prihodnjega stanja v analizi vezane na ta časovni okvir.

### 3.3. Sodelovanje z Uradom za varstvo konkurence

Agencija je skladno z Obrazložitvenim memorandumom k Priporočilu o upoštevnih trgih (C(2007) 5406), kjer Evropska komisija priporoča, naj pri izvajanju preizkusa treh meril potrditev obstoja tretjega merila nacionalni regulatorni organi pridobijo tudi s strani nacionalnega organa za varstvo konkurence, je slednjega z dopisom št. 38241-21/2008/1 z dne 1.9.2008 zaprosila za potrditev svojih ugotovitev. Urad Republike Slovenije za varstvo konkurence (v nadaljevanju: UVK) je z dopisom št. 306-13/2008-13 z dne 11.9.2008 Agencijo obvestil, da se pridružuje ugotovitvam Agencije in potrjuje obstoj tretjega merila v smislu, da *ex post* konkurenčno pravo ne zadošča za odpravo konkurenčnih problemov na trgu dostopa do javnih mobilnih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij ter da je na tem trgu potrebna *ex ante* regulacija s strani Agencije.

Pri izvedbi ponovne analize, zaključene marca 2009, je Agencija skladno z Obrazložitvenim memorandumom k Priporočilu o upoštevnih trgih (C(2007) 5406) UVK ponovno zaprosila za potrditev svojih ugotovitev o obstoju tretjega merila iz preizkusa treh meril in skladno s 124. členom ZEKom tudi o opravljeni analizi trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« UVK je Agencijo z dopisom št. 306-3/2009-12 z dne 30.4.2009 obvestil, da se pridružuje ugotovitvam Agencije in potrjuje obstoj tretjega merila v smislu, da *ex post* konkurenčno pravo ne zadošča za odpravo konkurenčnih problemov na trgu dostopa do javnih mobilnih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij ter da je na tem trgu potrebna *ex ante* regulacija s strani Agencije. V zvezi z ugotovitvami Agencije v analizi je UVK Agencijo obvestil, da se pridružuje ugotovitvam Agencije in k analizi izreka pritrdilno mnenje.

<sup>2</sup> COMMISSION RECOMMENDATION of 11 February 2003 on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to *ex-ante* regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communication networks and services (*notified under document number C(2003) 497*) (2003/311/EC)

<sup>3</sup> Splošni akt o določitvi upoštevnih trgov (Uradni list RS, št. 77/04)

## 4. Dosedanji razvoj mobilnega trga v Sloveniji

### 4.1. Število operaterjev

Na trgu javnih mobilnih telefonskih omrežij v Sloveniji so med 1.7.2004 in 31.5.2006 delovali trije operaterji z lastnim omrežjem: Mobitel, Si.mobil in WWI. Vsi so imeli status operaterjev mobilnih javnih telefonskih omrežij. Z dnem 31.5.2006 je operater WWI prenehal komercialno delovati na slovenskem trgu in je izključil svoje javno mobilno telefonsko omrežje. Od tega dne, pa do 31.10.2007, ko je na trgu pričel komercialno delovati Tušmobil, sta v Republiki Sloveniji delovala in ponujala lastne storitve le še dva operaterja z lastnim omrežjem: Mobitel in Si.mobil, ki imata status operaterjev javnih mobilnih telefonskih omrežij. Od 1.6.2008 dalje na slovenskem trgu deluje še en operater javnih mobilnih telefonskih omrežij, T-2. Od začetka svojega komercialnega delovanja tako Tušmobil, kot tudi T-2, pri Mobitelu uporabljata veleprodajno storitev nacionalnega gostovanja.

Od 1.7.2004, ki šteje kot začetek merjenega obdobja te analize, do 17.11.2005, je na slovenskem trgu kot ponudnik storitev / preprodajalec, deloval le en operater, Debitel, ki za opravljanje in ponujanje maloprodajnih storitev končnim uporabnikom ves čas svojega delovanja uporablja javno mobilno telefonsko omrežje Mobitel. Od 17.11.2005 dalje deluje na slovenskem trgu poleg Debitela kot ponudnik storitev / preprodajalec tudi Izimobil. Družba Volja mobil d.d. je dne 17.11.2005 pod blagovno znamko Izimobil pričela ponujati predplačniške storitve, dne 28.8.2006 pa je preimenovala družbo v IZI mobil d.d., storitve pa še vedno ponuja pod blagovno znamko Izimobil. Izimobil za opravljanje svojih storitev uporablja javno mobilno telefonsko omrežje Mobitel.

V merjenem obdobju Agencija, skladno z njihovim delovanjem na trgu, kot operaterje javnih mobilnih telefonskih omrežij obravnava Mobitel, Si.mobil, WWI, Tušmobil in T-2, kot operaterja v smislu ponudnikov storitev / preprodajalca brez lastnega javnega mobilnega telefonskega omrežja, pa Debitel in Izimobil. Ob koncu merjenega obdobja so na trgu od naštetih delovali Mobitel, Si.mobil, Tušmobil, T-2, Debitel in Izimobil.

### 4.2. Razvoj delovanja operaterjev GSM telefonije

Mobitel je na trg javnih mobilnih telefonskih omrežij vstopil prvi in na slovenskem trgu ostal precej časa brez konkurence. Od leta 1991 do konca leta 2005, ko je izključil analogno omrežje je bil Mobitel tudi operater NMT omrežja. Leta 1995 mu je Vlada Republike Slovenije podelila dovoljenje za operaterja GSM omrežja. Mobitel nudi storitve GSM od julija 1996. Novembra leta 2001 je Mobitel podpisal koncesijsko pogodbo za UMTS, UMTS storitve pa je začel ponujati decembra 2003.

Si.mobil je začel trženje GSM storitev v marcu 1999, ko je na trg vstopil kot drugi infrastrukturni operater. Agencija je Si.mobilu 20.9.2006 izdala odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc za opravljanje mobilnih javnih radijskih storitev UMTS. Si.mobil je storitve UMTS pričel ponujati septembra 2007.

WWI je pričel poslovati kot tretji infrastrukturni operater javnega mobilnega telefonskega omrežja GSM v decembru 2001, s tem, da je zaradi nezadostno izgrajenega lastnega omrežja najel omrežje Mobitel, storitev nacionalnega gostovanja. WWI je s komercialnim delovanjem v Sloveniji prenehal 31. maja 2006, ko je tudi izključil lastno omrežje, obenem pa se je za WWI s strani Mobitela prenehala izvajati tudi storitev nacionalnega gostovanja.

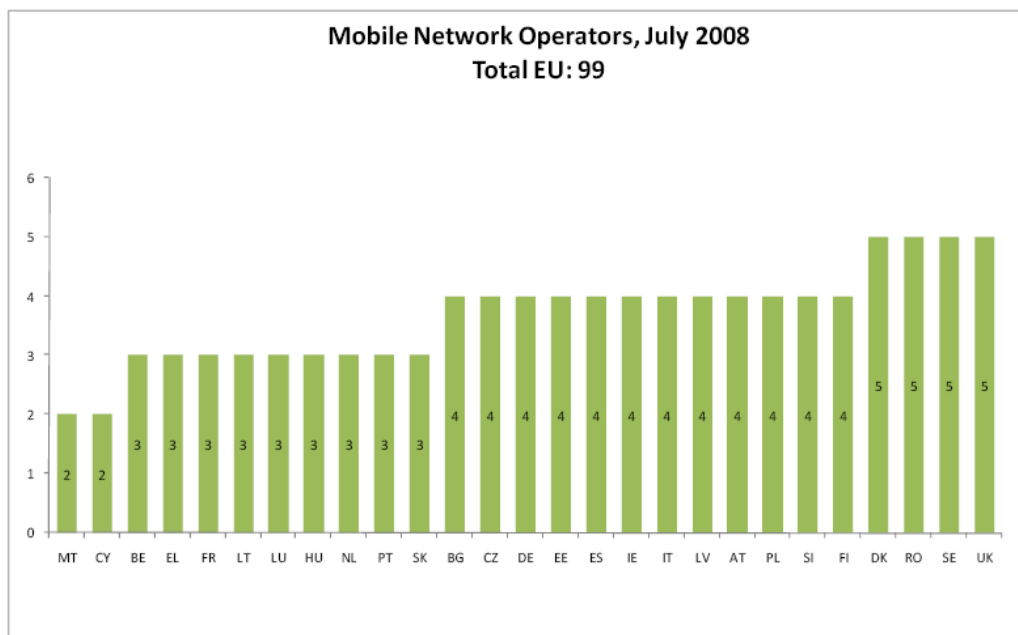
Dne 24. maja 2006 je WWI s soglasjem Agencije prenesel odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc za opravljanje storitev mobilne telefonije na podjetje Tušmobil, prenos pa je pričel veljati s 1. junijem 2006. Tušmobil je tako postal tretji infrastrukturni GSM operater, ki je komercialno pričel ponujati storitve konec oktobra 2007 in lastno omrežje še izgrajuje, pri

čemer za delovanje uporablja tudi storitev nacionalnega gostovanja pri družbi Mobitel. Agencija je Tušmobilu aprila 2008 izdala odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc za opravljanje mobilnih javnih radijskih storitev UMTS. Tušmobil storitev UMTS komercialno še ne ponuja.

20. septembra 2006 je Agencija odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc za opravljanje mobilnih javnih radijskih storitev UMTS izdala tudi družbi T-2, ki je s komercialnim delovanjem pričela 1. junija 2008, za delovanje pa poleg lastnega omrežja, ki je še v izgradnji, uporablja tudi storitev nacionalnega gostovanja pri družbi Mobitel.

Slovenija je s štirimi infrastrukturnimi mobilnimi operaterji uvrščena med povprečje držav članic EU.

**Slika 1: Število mobilnih operaterjev v EU državah julija 2008 (skupaj 99)**



Vir: COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT *accompanying the COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE COUNCIL, THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS PROGRESS REPORT ON THE SINGLE EUROPEAN ELECTRONIC COMMUNICATIONS MARKET (14th REPORT) {COM(2009) 140 final}* <sup>4</sup>

Debitel je začel svoje poslovanje kot prvi ponudnik storitev / preprodajalec brez lastne omrežne infrastrukture v novembru 1998. Od sredine septembra 2006 Debitel ponuja tudi predplačniške storitve, do takrat je ponujal zgolj naročniške storitve. Debitel je avgusta 1998 z Mobitelom, kot tedaj edinim operaterjem z lastnim javnim mobilnim telefonskim omrežjem, podpisal pogodbo o izvajanju storitev, s katero mu je bilo omogočeno trženje mobilnih storitev na omrežju družbe Mobitel.

Takrat Volja Mobil, ki je konec avgusta 2006 preimenoval ime svojega podjetja v Izimobil, je začel svoje poslovanje kot drugi ponudnik storitev 17. novembra 2005. Septembra 2005 je podpisal pogodbo o izvajanju storitev, s katero mu je bilo omogočeno trženje mobilnih storitev po predplačniškem sistemu, delovanje na omrežju in najemanje kapacitet, z Mobitelom. Izimobil pod isto blagovno znamko trži predplačniške mobilne storitve, za kar uporablja javno mobilno omrežje Mobitel.

<sup>4</sup>[http://ec.europa.eu/information\\_society/policy/ecom/implementation\\_enforcement/annualreports/14threport/annex1.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecom/implementation_enforcement/annualreports/14threport/annex1.pdf), dostop na dan 25.3.2009

### 4.3. Prenosljivost mobilnih števil

Prenosljivost mobilnih telefonskih števil so skladno s Splošnim aktom o prenosljivosti števil mobilni operaterji omogočili s 1.1.2006. Prenosljivosti števil v določenem roku ni omogočil le WWI. Od 1.1.2006 do 31.12.2008 je bilo v mobilnih omrežjih prenesenih 145.785 števil, daleč največji delež prenesenih števil pa je pridobil Si.mobil, 53,08%, sledijo mu Tušmobil z 29,21%, Mobitel z 8,04%, Izimobil z 4,39% ter Debitel z 3,71%. Delež prenesenih mobilnih števil k T-2 je najnižji in je konec leta 2008 znašal 1,57%. Do dne 31.12.2008 je prenos mobilne številke izkoristilo 7,1% vseh aktivnih uporabnikov mobilne telefonije. Glede na stopnjo zrelosti trga in visok odstotek penetracije mobilnih uporabnikov, je prenosljivost števil za vzpodbujanje konkurenčnosti trga izjemno pomembna.

S prenosljivostjo mobilnih števil med mobilnimi operaterji je namreč bistveno olajšan prehod končnih uporabnikov med operaterji, ki bi sicer morali ob menjavi mobilnega operaterja zamenjati tudi telefonsko številko, kar pa prinaša številne nevšečnosti, povezano pa je lahko tudi z dodatnimi stroški. Naštete ovire uporabnike odvrtaajo od menjave operaterja, čeprav bi to, zaradi zanje storitveno ali cenovno ugodnejše ponudbe, sicer storili. Prenosljivost mobilnih števil med mobilnimi operaterji tovrstne ovire prehoda uporabnikov bistveno zmanjšuje.

#### Preglednica 1: Prenosi telefonskih števil mobilnih operaterjev za obdobje od 1.1.2006 do 31.12.2008

Operaterji	PORTED	
	Število pridobljenih števil	Število pridobljenih števil v %
<i>Simobil</i>	77381	53.08
<i>Mobitel</i>	11718	8.04
<i>Debitel</i>	5415	3.71
<i>IZI Mobil</i>	6401	4.39
<i>Tušmobil</i>	42587	29.21
<i>T-2</i>	2283	1.57
<b>Skupaj</b>	<b>145785</b>	<b>100</b>

Vir: poročilo Teletech in Avtenta, Prenosi telefonskih števil v Republiki Sloveniji, marec 2009

### 4.4. Pretekli vpliv Agencije na medoperaterski trg za dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij

Oktober 2005 je Agencija na podlagi predhodno izvršene analize upoštevne trga 15 »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« izdala odločbo Mobitelu, kot operaterju s pomembno tržno močjo<sup>5</sup>. Analiza je bila opravljena za obdobje od začetka leta 2002 do vključno prve polovice leta 2004. Agencija je z analizo določila upoštevni trg, ki je ustrezal trgu 15 skladno s takrat veljavnim Priporočilom Evropske komisije in vanj vključila dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij, kamor je vključila tako dostop in klice posredovane za druge operaterje, kot tudi dostop in klice posredovane samemu sebi – »self supply«, za geografski trg pa ozemlje Republike Slovenije. Za operaterja s pomembno tržno močjo je bil v analizi ugotovljen in z odločbo določen Mobitel.

<sup>5</sup> Mobitelu izdana odločba št. 300-75/2005/23 z dne 19.10.2005

Agencija je ugotovila, da za storitve dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij ne velja zamenljivost z vidika povpraševanja in ponudbe.

Poleg ostalih, so bila ključna merila uporabljena pri sprejemanju odločitve tržni deleži operaterjev z lastnim javnim mobilnim telefonskim omrežjem, ovire za vstop na upoštevni trg, pomanjkanje izravnalne kupne moči in ekonomije obsega.

Agencija je družbi Mobitel kot OPTM naložila naslednje ukrepe:

- 1) obveznost dopustitve operaterskega dostopa do določenih omrežnih zmogljivosti in njihove uporabe na razumno zahtevo;
- 2) obveznost zagotavljanja enakega obravnavanja in
- 3) obveznost cenovnega nadzora.

Družbi Mobitel je bilo v okviru obveznosti do dopustitve operaterskega dostopa naloženo ugoditi vsem razumnim zahtevam za dostop do svojega javnega mobilnega telefonskega omrežja, zagotoviti storitev posredovanja klicev iz svojega omrežja na veleprodajni osnovi zaradi preprodaje teh storitev na maloprodajnem trgu, zagotoviti odprt operaterski dostop do tehničnih vmesnikov, protokolov ali drugih pomembnih tehnologij, potrebnih za dostop do javnega mobilnega telefonskega omrežja in posredovanje klicev iz tega omrežja, se v dobri veri pogajati z operaterji, ki zahtevajo dostop do javnega mobilnega telefonskega omrežja in posredovanje klicev iz tega omrežja ter ne zavrni že odobrenega dostopa do javnega mobilnega telefonskega omrežja.

Nadalje je bilo družbi Mobitel v okviru obveznosti zagotavljanja enakega obravnavanja naloženo zagotavljanje enakovrednih pogojev dostopa do svojega javnega mobilnega telefonskega omrežja in posredovanja klicev iz tega omrežja v enakovrednih okoliščinah za druge operaterje, ki zagotavljajo enakovredne storitve ter zagotavljanje enako kakovostnih storitev in informacij v zvezi z dostopom do javnega mobilnega telefonskega omrežja in posredovanja klicev iz tega omrežja drugim operaterjem pod enakimi pogoji kot za svoje storitve.

Glede obveznosti nadzora veleprodajnih cen, je bilo družbi Mobitel naloženo, da mora za zadevne veleprodajne storitve oblikovati razumne cene na način, ki bo zagotavljal ustrezno razliko med maloprodajnimi in grosističnimi cenami in bo tako operaterjem, ki pri Mobitelu kupujejo zadevne veleprodajne storitve, omogočala konkurenčno delovanje na maloprodajnem trgu.

Mobitel je zoper predmetno odločbo vložil tožbo na Upravno sodišče Republike Slovenije, ki pa je 14. maja 2008 odločilo, da je tožba z ugovori neutemeljena in jo je zavrnilo ter ugotovilo, da je odločba Agencije pravilna, utemeljena na zakonu ter izdana v pravilno izvedenem postopku.

Po novembru 2005 niso bila v Sloveniji nobena komercialna pogajanja o dostopu do omrežja na razumno zahtevo, z nobenim operaterjem javnega mobilnega telefonskega omrežja, uspešno zaključena. Vsi dostopi do omrežja po novembru 2005 so bili doseženi na podlagi intervencije Agencije.

Maja 2006 je postal Tušmobil naslednik pogodbe o nacionalnem gostovanju med WWI in Mobitelom, vendar kljub temu na svojo razumno zahtevo ni uspel izpogajati dostopa do omrežja družbe Mobitel v obliki nacionalnega gostovanja, kar bi mu omogočilo komercialno delovanje na trgu, preden bi imel popolnoma izgrajeno lastno mobilno omrežje. Iz tega razloga je Tušmobil v začetku leta 2007 na Agencijo vložil spor, v katerem je trdil, da se družba Mobitel z njim ne pogaja v dobri veri, da v pogajanjih zavlačuje z namenom onemogočenja dostopa in komercialnega začetka delovanja, torej vstopa Tušmobila na trg. Glavni način omejevanja so bili nerazumni komercialni pogoji, ki jih je za dostop postavljaj

Mobitel. Agencija je k reševanju spora pristopila s posredovalnim postopkom, kjer je dosegla, da sta se operaterja dogovorila o vseh tehničnih in komercialnih pogojih dostopa do omrežja Mobitel (za veleprodajno storitev nacionalnega gostovanja), pri čemer je družba Mobitel ves čas trdila, da dostopa v obliki nacionalnega gostovanja na podlagi veljavne odločbe 300-75/2005/23 z dne 19.10.2005 sploh ni dolžna dati, še posebej pa ne pod reguliranimi pogoji, kljub interpretacijam Agencije, kot avtorice odločbe, da je kot oblika dostopa v odločbi zajeto tudi nacionalno gostovanje ter da tudi ZEKom operaterski dostop do mobilnih omrežij med drugim izrecno definira tudi in zlasti za sledenje.

Avgusta 2006 je T-2 na Mobitel naslovil zahtevo za dostop do njegovega omrežja, pri čemer se operaterja o medoperaterskem dostopu nista mogla dogovoriti ne tehnično, ne komercialno. Zaradi tega je T-2 konec leta 2006 na Agencijo vložil spor v katerem je trdil, da se Mobitel z njim ne pogaja v dobri veri, temveč poskuša s pogajanjem zgolj zavlačevati in tako onemogočiti njegov vstop na trg. Agencija je k reševanju spora pristopila s posredovalnim postopkom, ki ni bil uspešen, saj se operaterja nista uskladila o komercialnih pogojih dostopa. Zaradi tega je Agencija v sporu odločila z odločbo, kjer je določila ceno minute klica uporabnikov T-2 v omrežju Mobitel za dostop v obliki nacionalnega gostovanja, pri čemer je izhajala iz obveznosti družbe Mobitel, ki jih ima kot OPTM na podlagi veljavne odločbe 300-75/2005/23 z dne 19.10.2005.

Družba Si.mobil, ki na trgu dostopa do javnih mobilnih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij ni OPTM, se v istem obdobju ni o dostopu do svojega omrežja v nobeni obliki dogovorila z nobenim operaterjem. Prav tako v času, ko dostopa pri družbi Mobitel nista uspela izpogajati Tušmobil in T-2, ni sklenila dogovora o dostopu z njima.

Po odhodu WWI s slovenskega mobilnega trga s koncem maja 2006, sta bila Mobitel in Si.mobil edina operaterja javnih mobilnih telefonskih omrežij, torej edina infrastrukturna operaterja. Kot taka bi lahko teoretično edina nudila dostop do omrežja obstoječim ponudnikoma storitev, Debitelu in Izimobilu ter potencialnim novim vstopnikom, bodisi v obliki dostopa za ponudnike storitev / preprodajalce, operaterje navideznih mobilnih omrežij, ali nove infrastrukturne operaterje, ki bi za čas do zadostne izgradnje lastnega omrežja želeli uporabljati dostop v obliki nacionalnega gostovanja.

Agencija je jeseni 2008 ponovno izvedla analizo upoštevnega trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, pri čemer je izvedla tudi preizkus treh meril. Ugotovitve Agencije ob izvedbi preizkusa treh meril so bile, da navedeni medoperaterski trg kumulativno izpolnjuje vse tri kriterije iz preizkusa treh meril, kar pomeni, da navedeni trg sodi med upoštevne trge, za katere je potrebno predhodno urejanje. Ob oceni pomembne tržne moči operaterjev na tem upoštevnem trgu je Agencija ugotovila, da družbi Mobitel in Si.mobil skupno uživata prevladujoč položaj. Agencija je 14.10.2008 navedeni preizkus treh meril in analizo skladno s 95. členom ZEKom objavila na svojih spletnih straneh, da bi pridobila mnenje zainteresirane javnosti, obenem pa je preizkus treh meril in analizo tudi notificirala pri Evropski komisiji. Slednja ni izrazila nobenih pomislekov v zvezi z izvedenim preizkusom treh meril in ugotovitvijo, da medoperaterski trg »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij« v Republiki Sloveniji še vedno sodi med trge, za katere je potrebno predhodno urejanje, je pa od Agencije terjala dodatna podrobna pojasnila v zvezi z ugotovitvami o skupnem prevladujočem položaju družb Mobitel in Si.mobil in njunem usklajenem delovanju. Agencija je podrobno preučila pripombe Evropske komisije, ki jih je prejela in po posvetovanju in v tesnem sodelovanju z Evropsko komisijo ugotovila, da je časovni okvir, ki ji je bil dan za razjasnitev vseh dvomov izjemno kratek ter da ji ne daje možnosti zadostne preučitve vseh dejstev, na podlagi katerih bi lahko v tej fazi Evropski komisiji podala zadovoljive odgovore. Zato se je Agencija 8.12.2008 odločila umakniti analizo trga in jo ponoviti pri tem pa posebno pozornost nameniti opozorilom Evropske komisije. Obenem pa je Agencija eksperte Neodvisne skupine regulatorjev (IRG) in Skupine evropskih regulatorjev

(ERG) zaprosila za podajo strokovnega mnenja o opravljeni analizi in pomislekih, ki so bili v zvezi z njo podani s strani Evropske komisije<sup>6</sup>.

Agencija se je odločila, da ponovno izvede analizo trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, pri čemer bo posebno pozornost namenila pripombam Evropske komisije, pripombam skupine ekspertov iz zgoraj navedenega poročila ter pripombam iz posvetovanja z zainteresirano javnostjo v zvezi z analizo objavljeno oktobra 2008.

---

<sup>6</sup> Poročilo skupine eksperov na spletni strani:

[http://www.erg.eu/streaming/IRG%20\\_09\\_%2002%20Phase%20II%20Case%20Slovenia%20090116.pdf?contentId=545763&field=ATTACHED\\_FILE](http://www.erg.eu/streaming/IRG%20_09_%2002%20Phase%20II%20Case%20Slovenia%20090116.pdf?contentId=545763&field=ATTACHED_FILE) (dostop na dan 9.3.2009)

## **5. Opredelitev upoštevnega trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«**

Kot je bilo pojasnjeno že v 2. poglavju, je Agencija pri določitvi upoštevne trga dolžna upoštevati *Priporočilo Evropske komisije o upoštevne trga proizvodov in storitev, v sektorju elektronskih komunikacij, ki so lahko predmet predhodnega urejanja (UL L 344/65, v nadaljevanju: Priporočilo)* ter *Splošni akt o določitvi upoštevne trga (Uradni list RS, št. 18/08 in 112/08, v nadaljevanju: Splošni akt)*. Navedena akta sta uredila tudi prehod na novo ureditev za tiste trge, ki so bili iz Priporočila Komisije izločeni.

Agencija je zato izvedla preizkus treh meril, pri čemer je kot trg upoštevala navedbo, kot je bila za trg 15 določena s strani Evropske komisije v Priporočilu o upoštevne trga z dne 11.2.2003 in prevzeta v starem Splošnem aktu o določitvi upoštevne trga (Uradni list RS, št. 77/04), torej »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« ter na podlagi treh meril ugotavljala, ali predmetni trg izpolnjuje pogoje za predhodno urejanje. Pri določitvi t.i. upoštevne trga je Evropska komisija ravnala v skladu z načeli konkurenčnega prava. Agencija je omenjene upoštevne trge produktov in storitev prevzela s sprejetjem Splošnega akta o določitvi upoštevne trga, ki pa jih je potrebno v fazi analize še dodatno opredeliti. Upoštevni trg se določi na podlagi:

- opredelitve trga proizvodov in storitev ter
- določitve geografskega trga.

Cilj opredelitve trga v obeh, proizvodni in geografski dimenziji, je opredeliti dejanske konkurente udeleženih podjetij, ki so sposobni omejevati ravnanje udeleženih podjetij in preprečevati, da bi ravnala neodvisno od pritiska učinkovite konkurence. Z opredelitvijo upoštevne geografskega trga se določi območje, na katerem so pogoji konkurence dovolj enotni in ki ga je moč razlikovati od sosednjih območij, ker so pogoji konkurence na teh območjih znatno drugačni. Tako mora Agencija v postopku izdelave analize ugotavljati, ali ima kateri operater, ali več operaterjev skupaj, na trgu položaj, enakovreden prevladujočemu, torej tak ekonomski vpliv, da mu ali jim omogoča znatno mero samostojnosti nasproti konkurentom, uporabnikom in potrošnikom. Pri ugotovitvi pomembne tržne moči je torej treba opredeliti upoštevni trg in določiti ekonomsko moč operaterjev.

### **5.1. Opredelitev trga proizvodov in storitev**

Iz Splošnega akta o določitvi upoštevne trga je razvidno, da so upoštevni trgi produktov in storitev zgolj navedeni, kar pomeni, da je potrebno posamezni upoštevni trg podrobneje opredeliti oziroma definirati v okviru analize, saj je potrebno opredeliti kateri produkti oziroma storitve se na tem trgu nahajajo. V zvezi s prvim kriterijem (opredelitev trga proizvodov in storitev) je tako treba v okviru posamezne analize podrobneje opredeliti, kateri produkti oziroma storitve, ki jih uporabniki štejejo za zamenljive ali nadomestljive glede na lastnosti proizvodov in storitev, njihove cene in namen uporabe, se na tem trgu nahajajo. Opredelitev oziroma definicijo upoštevne trga produktov in storitev je pri tem potrebno opraviti s pomočjo dveh kriterijev:

- zamenljivost povpraševanja in
- zamenljivost ponudbe.

Ta dva kriterija omogočata upoštevanje specifičnih nacionalnih okoliščin pri oblikovanju posameznega upoštevne trga produktov in storitev.



## 5.2. Definiranje upoštevnega trga na podlagi zamenljivosti ponudbe in povpraševanja

Zamenljivost povpraševanja se ugotavlja na podlagi zamenljivosti proizvoda oziroma storitve z vidika uporabnikov. Ugotavlja se zlasti s predvidenim prehodom večjega števila uporabnikov na drug proizvod. Zamenljivost povpraševanja omogoča, da se določi storitve ali nabor storitev, ki so po mnenju uporabnikov medsebojno zamenljivi v primeru relativnega zvišanja cen. Proizvodi, za katere se ugotovi, da so medsebojno zamenljivi, pripadajo istemu upoštevemu trgu. Eden od načinov presoje zamenljivosti povpraševanja je mogoč s testom SSNIP (*small but significant non-transitory increase in price*). Ta test pokaže, ali bi kupci ob majhnem (od 5 do 10%), vendar stalnem povečanju relativne cene proizvoda A, prešli na že razpoložljive substitute (proizvod B) ali ponudnike z drugih območij. V kolikor se zvišanje cen izkaže za nedobičkonosno, potem proizvod A in B tvorita isti upoštevni trg in obratno. Možnost potrošnikov, da lahko zamenjajo storitev za drugo storitev zaradi majhnega vendar pomembnega dviga cen, je lahko ovirana zaradi znatnih stroškov prehoda. Potrošniki, ki so investirali v tehnologijo z namenom uporabe storitve morda ne bodo pripravljeni prevzeti kakršnihkoli dodatnih stroškov, ki so povezani z zamenjavo obravnavane storitve za substitut. V primerih, ko je potrošnik soočen z visokimi stroški zamenjave storitve A za storitev B, ti dve storitvi ne smeta biti vključeni v isti upoštevni trg. Pri ugotavljanju obstoja zamenljivosti povpraševanja se lahko upošteva tudi prejšnje obnašanje potrošnikov.

Pri ugotavljanju zamenljivosti ponudbe je treba upoštevati, da četudi podjetja ponujajo različne storitve in ne delujejo na istem upoštevem trgu, lahko relativno enostavno pričnejo proizvajati proizvode oziroma opravljati storitve konkurentov ter jih tržiti v zelo kratkem času, ne da bi jim to povzročilo kakšne večje dodatne stroške ali tveganje. To pomeni sposobnost proizvajalca, da v primeru povečanja cene obravnavanega proizvoda oziroma storitve v kratkem času vstopi na upoštevni trg in preide na proizvodnjo in distribucijo enakega proizvoda oziroma storitve. Ko so ti pogoji izpolnjeni, bo imela dodatna storitev ali produkt, dan na trg, disciplinski učinek na konkurenčno ravnanje udeleženih podjetij. Tak vpliv je enakovreden učinku zamenljivosti povpraševanja. Dejstvo, da ima konkurenčno podjetje v lasti sredstva za zagotavljanje storitev, pa je lahko nerelevantno, če so potrebne znatne dodatne investicije za zagotavljanje te storitve. Prav tako pa je treba upoštevati dolgoročno vezavo kapacitet pri zagotavljanju storitev. Zgolj slučajna hipotetična zamenljivost ponudbe ni zadosten pogoj za določitev trga. Upoštevati je treba tudi obstoječe zakonodajne in regulatorne zahteve, ki lahko preprečijo pravočasen vstop na upoštevni trg in posledično onemogočijo zamenljivost ponudbe. Zamenljivost ponudbe ne služi samo za definiranje upoštevnega trga, ampak tudi za določanje udeležencev na upoštevem trgu.

Komisija pa v Smernicah opozarja še na tretji vir konkurenčne omejitve – potencialno konkurenco. Smernice tako ločijo med zamenljivostjo na strani ponudbe in potencialno konkurenco, razliko pa navajajo v tem, da se zamenljivost na strani ponudbe hitro ali takoj odziva na zvišanje cene, medtem, ko potencialni novi tekmeci lahko potrebujejo več časa, preden lahko začnejo oskrbovati trg. Zamenljivost na strani ponudbe ne vključuje nobenih pomembnejših dodatnih stroškov, medtem ko potencialna nova konkurenca zahteva visoke fiksne stroške.

Ne glede na to, da je v osnovi predmetni trg »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« določen kot veleprodajni trg, pa ni neodvisen od maloprodajnega trga. Potrebe na veleprodajnem trgu in posledično medoperatersko povpraševanje namreč izhajajo neposredno iz potreb in povpraševanja na maloprodajnem trgu, torej potreb končnih uporabnikov. Tudi Smernice predlagajo, naj se analiza začne na maloprodajnem trgu.

Skladno s priporočilom Komisije, pa se mora relevantni veleprodajni trg dostopa in posredovanja klicev analizirati na osnovi pregleda na maloprodajnem trgu, saj prav

povpraševanje in ponudba na maloprodajnem trgu narekujejo razmere na veleprodajnem trgu.

Agencija je zato v nadaljevanju z namenom definicije upoštevnega trga preverila, kaj bi lahko na maloprodajnem in na veleprodajnem trgu uporabnikom predstavljalo substitute z vidika ponudbe in povpraševanja.

### **5.2.1. Dostop do mobilnega omrežja in posredovanje klicev iz tega omrežja**

Dostop do mobilnega omrežja za uporabo storitev predstavlja za končnega uporabnika SIM kartica, ki jo prejme pri izbranemu operaterju, ko postane njegov naročniški ali predplačniški uporabnik. SIM kartica mu omogoča tako dostop do mobilnega omrežja, kot tudi možnost vseh vrst odhodnih govornih klicev, saj končni uporabnik ne želi biti omejen pri opravljanju govornih klicev. Uporabnik, ki želi opravljati klice iz mobilnega omrežja, si mora v prvi vrsti zagotoviti dostop do mobilnega omrežja, kar pomeni, da se odloči za nakup naročniškega ali predplačniškega paketa operaterja, ki mu najbolj ustreza tako z vidika nabora storitev kot tudi cenovno. Tak dostop si zagotovi ne glede na to, katerega ponudnika storitev izbere, kar pomeni, da uporabniki s tega vidika niso občutljivi na to, ali je njihov ponudnik storitev tudi operater javnega mobilnega telefonskega omrežja, operater navideznega mobilnega omrežja, zgolj ponudnik storitev ali operater, ki uporablja nacionalno gostovanje.

Operaterji v Sloveniji storitev dostopa in storitev posredovanja klicev ne ponujajo ločeno, kar pomeni, da uporabnik z izbiro paketa nujno dobi v paketu možnost dostopa in opravljanja vseh vrst klicev. Na podlagi slednjega lahko ugotovimo, da uporabnik ne more od operaterja dobiti ločeno zgolj dostopa do mobilnega omrežja in ločeno možnosti opravljanja klicev. Takšna ponudba operaterjev, ki storitve dostopa in posredovanja klicev ponujajo skupaj v paketih je smiselna, saj lahko trdimo, da je takšno tudi povpraševanje pri končnih uporabnikih, ki teh storitev ne bi želeli kupovati ločeno. Glede na navedeno lahko ugotovimo, da z vidika končnega uporabnika kot povpraševalca dostop in posredovanje klicev tvorita celovito storitev. Končni uporabnik dostop do omrežja plača na dva načina. Pri izbiri naročniškega paketa (ki lahko v osnovi vključuje tudi določen nabor in/ali količino zakupljenih storitev) je storitev dostopa v določenem fiksnem znesku že zaračunana v naročnini, oziroma delu zakupnine, določen del pa je lahko vključen v ceno uporabe posamezne storitve (denimo ceno minute odhodnega klica). V primeru predplačniških paketov operaterji običajno končnim uporabnikom ne zaračunavajo fiksnih cen za dostop do omrežja (v obliki fiksnega zneska naročnine ali dela zakupnine), temveč je ves znesek dostopa vključen v ceno minute odhodnega klica, kar se odraža v praviloma višjih cenah predplačniških storitev na enoto v primerjavi z naročniškimi storitvami.<sup>7</sup>

Glede na uveljavljen način zaračunavanja, ki velja v Sloveniji (pa tudi znotraj Evropske unije) CPP (*Calling Party Pays*), ki pomeni, da znotraj domačega nacionalnega območja (princip ne velja v primeru mednarodnega gostovanja) klic plača kličoči, so za končne uporabnike prejeti klici brezplačni in v tem primeru dostop do omrežja za uporabnika, ki je klican, plača kličoči uporabnik, ta cena pa je vključena v maloprodajno ceno klica uporabnika, ki je odhodni klic opravil.

Če bi hipotetični monopolist naročniškim in predplačniškim paketom dvignil ceno dostopa do omrežja za 5 do 10%, pri čemer pa maloprodajnih cen klicev ne bi spremenil je zelo verjetno, da bi končni uporabnik v tem primeru pri drugem operaterju poiskal paket, ki bi mu cenovno bolj ustrežal. Posledično bi bil tak dvig cene za hipotetičnega monopolista neprofitabilen, saj večji prihodki, ki bi jih prejel zaradi dviga maloprodajnih cen ne bi pokrili izgube, ki bi jo imel zaradi prehoda uporabnikov k drugim operaterjem. Slednje pokaže, da na isti upoštevni trg sodi dostop do kateregakoli mobilnega omrežja in posredovanje vseh vrst klicev iz tega omrežja in posameznih mobilnih omrežij ne gre šteti za posamezne upoštevne trge, kot je to

<sup>7</sup> Za primerjavo glej: [www.komuniciraj.eu](http://www.komuniciraj.eu) (portal s ceniki operaterjev)

primer pri trgu za zaključevanje klicev v posamičnih javnih mobilnih omrežjih. Posamezna javna mobilna telefonska omrežja so torej z vidika končnih uporabnikov substituti. Na podlagi povedanega je prav tako mogoče zaključiti, da z vidika končnih uporabnikov na maloprodajnem trgu poleg dostopa na isti upoštevni trg sodijo tako dostop kot posredovanje vseh vrst klicev, saj lahko te storitve končni uporabniki uporabljajo šele, ko si pri posameznem ponudniku storitev zagotovijo dostop do omrežja. Nemogoče je namreč, da bi končni uporabnik dostop nabavljal pri enem operaterju, posredovanje klicev pa pri drugem. Te storitve in dostop so namreč z vidika končnih uporabnikov celovita storitev tako v tehničnem in ekonomskem smislu, kot takšne pa jih na trgu skupaj ponujajo tudi operaterji, kar je navedeno že zgoraj.

Na veleprodajnem nivoju želijo operaterji dostop do mobilnega omrežja in možnosti posredovanja vseh vrst klicev z namenom, da bi ju lahko na maloprodajnem trgu ponudili svojim končnim uporabnikom, ki ju, kot je bilo pokazano zgoraj, želijo uporabljati skupaj in ju med sabo ne ločijo, kar kaže, da sta dostop do mobilnega omrežja in posredovanje klicev iz tega omrežja celovita storitev tudi z vidika operaterjev, torej tudi na veleprodajnem trgu.

Uporabniki na medoperaterskem trgu so drugi mobilni operaterji (povpraševalci po dostopu) in vertikalno integrirani del operaterja, ki uporablja storitve dostopa in posredovanja vseh vrst klicev lastnega veleprodajnega dela operaterja (*self-supply*).

V kolikor bi na trgu obstajal operater, ki bi ponujal zgolj dostop do omrežja, ne pa tudi posredovanja klicev iz tega omrežja, bi lahko ob povišanju cene dostopa hipotetičnega monopolista hitro in brez večjih dodatnih stroškov na trgu pričel ponujati tudi storitev posredovanja klicev, tako da bi na maloprodajnem trgu hipotetičnemu monopolistu predstavljal konkurenco, dvig cene hipotetičnega monopolista pa bi tako postal neprofitabilen. Dostop in posredovanje vseh vrst klicev sta namreč zagotovljena na podlagi iste infrastrukture, zato bi bil hiter odziv takšnega operaterja zelo verjeten.

Na veleprodajnem trgu nastopata v osnovi dve obliki povpraševanja. Prva predstavlja vertikalno integrirane operaterje javnih mobilnih telefonskih omrežij, kjer maloprodajna enota vertikalno integriranega operaterja pri njegovi veleprodajni enoti povprašuje po storitvi dostopa in posredovanja vseh vrst govornih klicev z namenom ponujanja slednjega na maloprodajnem trgu, saj želi svojim končnim uporabnikom zagotoviti dostop do mobilnega omrežja in omogočiti posredovanje vseh vrst govornih klicev. Na drugi strani pa so operaterji brez lastnega javnega mobilnega telefonskega omrežja (operaterji navideznih mobilnih omrežij in ponudniki storitev / preprodajalci) ter operaterji z lastnim javnim mobilnim telefonskim omrežjem, ki zaradi nezadostno izgrajenega lastnega omrežja za namen nastopanja na maloprodajnem trgu povprašujejo po storitvi dostopa do mobilnega omrežja in posredovanja vseh vrst govornih klicev iz tega omrežja (nacionalno gostovanje), saj tudi ti želijo svojim končnim uporabnikom zagotoviti dostop do mobilnega omrežja in omogočiti posredovanje vseh vrst govornih klicev, v enakem obsegu in kakovosti, kot veleprodajna enota operaterja ponudnika to zagotavlja svoji maloprodajni enoti. Glede na to, da je na maloprodajnem trgu, kot smo pokazali zgoraj, cena dostopa vključena v naročnino (ali zakupnino) oziroma maloprodajno ceno enote posredovanja klica, je veleprodajna cena teh storitev za veleprodajne odjemalce velikega pomena.

Povečanje cene dostopa in posredovanja klicev na veleprodajnem nivoju bo, ob prenosu bremena povečanja teh cen na nižji, maloprodajni nivo, vplivalo na povišanje maloprodajnih cen mobilnih storitev, saj te maloprodajne cene vključujejo tudi veleprodajno storitev dostopa in posredovanja klicev. Posledično bodo operaterji povpraševalci izgubili svoje končne uporabnike (končni uporabniki bodo prešli k hipotetičnemu monopolistu). Zato se bodo prihodki hipotetičnega monopolista oziroma tistega njegovega integriranega dela, ki prodaja veleprodajne storitve dostopa in posredovanja klicev, zmanjšali, medtem ko se mu bodo prihodki iz naslova prodaje teh storitev samemu sebi oziroma tistemu njegovemu integriranemu delu, ki deluje kot maloprodajna enota, povečali. V kolikor bi obstajalo

konkurenčno omejevanje dvigovanja cen veleprodajnih storitev dostopa in posredovanja klicev hipotetičnega monopolista, bi to omejevanje izhajalo iz zamenljivosti povpraševanja na maloprodajnem trgu. Za obstoj tržne moči na grosističnem nivoju so torej pomembni pogoji konkurence na maloprodajnem trgu.

Tudi če na veleprodajnem trgu ne bi obstajali drugi operaterji, ki bi povpraševali po storitvah dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanju klicev iz teh omrežij, je mogoče definirati hipotetični trg na osnovi zagotavljanja storitev dostopa in posredovanja vseh vrst klicev operaterja samemu sebi. Hipotetična odsotnost sklenjenih pogodb na veleprodajnem trgu dostopa in posredovanja klicev kaže zgolj na to, da se vsa ponudba na zadevnem grosističnem trgu izvaja interno preko vertikalne integracije operaterja mobilnega omrežja. V takem primeru se struktura ponudbe na veleprodajnem nivoju (npr. tržni deleži operaterjev, ki so dejavni na zadevnem trgu) izvede iz ponudbe na maloprodajnem trgu. Veleprodajni trg dostopa in posredovanja vseh vrst klicev torej vključuje elemente, ki so potrebni, da se storitve na trgu zagotovijo drugim operaterjem in samemu sebi (*self supply*) kot lastne storitve. Tržno moč vertikalno integriranega operaterja se torej lahko izmeri le, če je v definicijo trga vključena tudi ponudba samemu sebi. Tržna moč operaterja, ki ponuja veleprodajni produkt dostopa in posredovanja vseh vrst klica drugim operaterjem, je omejena s ponudbo tega produkta s strani vertikalno integriranega operaterja tistemu integriranemu delu istega operaterja, ki deluje v smislu ponudbe storitev na maloprodajnem trgu. V kolikor bi se iz analize predmetnega trga izpustila analiza ponujanja storitev samemu sebi, bi se zaradi navedenega napačno ocenila njegova tržna moč pri nudenju storitev dostopa in posredovanja klicev drugim operaterjem, in sicer bi se ta tržna moč (ki jo izvedemo iz tržnih deležev) precenila.<sup>8</sup>

Pri proučevanju predmetnega trga je torej treba analizirati veleprodajni trg dostopa in posredovanja vseh vrst klicev (vključno z zagotavljanjem storitev samemu sebi) z upoštevanjem njegove povezanosti z maloprodajnim trgom končnih uporabnikov javnih mobilnih telefonskih storitev.

Pri ugotavljanju zamenljivosti ponudbe je treba upoštevati, da se podjetje, ki trenutno ne deluje na upoštevni trgu, lahko odloči za vstop na trg v primeru trajnejšega povišanja relativnih cen. V primeru, ko so stroški zamenjave zagotavljanja storitve za obravnavano storitev relativno zanemarljivi, mora biti ta storitev vključena v isti upoštevni trg. Dejstvo, da ima konkurenčno podjetje v lasti sredstva za zagotavljanje storitev je irelevantno, če so potrebne znatne dodatne investicije za zagotavljanje teh storitev. Prav tako pa je treba upoštevati dolgoročno vezavo kapacitet pri zagotavljanju storitev. Zgolj slučajna hipotetična zamenljivost ponudbe ni zadosten pogoj za določitev trga.

Upoštevati je treba tudi obstoječe pravne oziroma regulatorne in strukturne ovire, ki lahko preprečijo pravočasen vstop na upoštevni trg in posledično onemogočijo zamenljivost ponudbe.

Za upoštevni trg dostopa in posredovanja klicev obstajajo visoke ovire za vstop, saj operaterji brez dodeljenega frekvenčnega spektra lahko vstopijo na trg le:

- na podlagi dodelitve frekvenc, ki so omejena naravna dobrina,
- odkupa pravice uporabe frekvenčnega spektra od operaterja,
- z nakupom obstoječega operaterja z lastnim frekvenčnim spektrom.

Zaradi dejstva, da je vstop na ta trg povezan z velikimi finančnimi vlaganji in pridobitvijo frekvenčnega spektra, Agencija ocenjuje, da je zamenljivost ponudbe težko izvedljiva, saj obstajajo zanjo velike ovire.

<sup>8</sup>Glej komentarje Evropske komisije Madžarskemu regulatorju:

[http://circa.europa.eu/Public/irc/info/ecctf/library?l=/hungary/registered\\_notifications/hu20040108/comments\\_0108-finalpdf/ EN 1.0 &a=d](http://circa.europa.eu/Public/irc/info/ecctf/library?l=/hungary/registered_notifications/hu20040108/comments_0108-finalpdf/ EN 1.0 &a=d) (dostop na dan 23.3.2009)

Pri ugotavljanju zamenljivosti ponudbe je pomembno tudi naslednje empirično dejstvo. Novi vstopnik, ki bi želel na trg vstopiti v odgovor na povečanje cen hipotetičnega monopolista, bi moral na trg vstopiti hitro in povpraševalcem na veleprodaji ponuditi enakovredne storitve, kar pomeni, da bi moral razpolagati z monopolistu primerljivim omrežjem, tako po geografski pokritosti, kot glede kapacitet, sicer bi bil njegov vstop nesmiseln. Vstopi novih operaterjev javnih mobilnih telefonskih omrežij tako v Sloveniji kot v svetu kažejo, da slednji ne vstopijo na trg s popolno razvitim lastnim mobilnim omrežjem, temveč ga izgrajujejo postopoma, pri čemer v času izgradnje pri obstoječih operaterji kupujejo dostop in posredovanje klicev. Tovrstna zamenljivost ponudbe je tako izključena. Prav tako je mogoče zaključiti, da je tako kot na maloprodaji dostop tudi v primeru veleprodaje predpogoj za posredovanje klicev in operaterji ne povprašujejo po dostopu in posredovanju klicev ločeno, enako pa operaterji, ki na veleprodajnem trgu te storitve ponujajo, ne ponujajo ločeno dostopa in posredovanja klicev.

Za operaterja, ki bi vstopil na trg in bi potreboval dostop je načelno vseeno, na katerega operaterja z omrežjem dostopi, pomembno je le, da mu ta operater lahko omogoča dostop in posredovanje vseh vrst klicev za končne uporabnike na zadostnem geografskem območju in z zadostnimi kapacitetami. Vsekakor pa je zanj pomembna tudi veleprodajna cena, glede na to, da se ta odraža v maloprodajni, ki jo bo na trgu ponudil končnim uporabnikom, saj mora na maloprodajnem trgu nastopati s konkurenčno ponudbo. Z vidika operaterja povpraševalca so tako vsa mobilna javna telefonska omrežja, ki mu lahko omogočajo dostop in posredovanje vseh vrst klicev, substituti, zato sodijo vsa na isti upoštevni trg.

Na maloprodajnem trgu dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij v Sloveniji deluje šest ponudnikov javnih mobilnih telefonskih storitev. Mobitel, Si.mobil, Tušmobil in T-2 ponujajo storitve tudi sami sebi. Debitel in Izimobil veleprodajne storitve dostopa v celoti kupujeta na medoperaterskem trgu in storitev sama sebi ne zagotavljata, torej delujeta le na maloprodajnem trgu. Končni uporabniki lahko tako storitve na maloprodajnem trgu kupujejo pri kateremkoli od navedenih operaterjev. Samo Mobitel ima sklenjene pogodbe o operaterskem dostopu in sicer s ponudnikoma storitev Debitel in Izimobil ter s Tušmobilom in T-2 za nacionalno gostovanje. Poleg Mobitela bi lahko storitve na veleprodajnem trgu dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij teoretično ponujali še Si.mobil, Tušmobil in T-2, kot operaterji javnih mobilnih telefonskih omrežij, vendar Tušmobil in T-2 lastnega radijskega omrežja nimata izgrajenega v takšnem obsegu, da bi lahko na veleprodajnem trgu dostop do lastnega omrežja ponujala konkurenčno Mobitelu in Si.mobilu, kar dokazuje tudi dejstvo, da tudi za lastne potrebe ponujanja storitev na maloprodajnem trgu končnim uporabnikom kupujeta veleprodajno storitev nacionalnega gostovanja pri Mobitelu, to pa pomeni, da Tušmobil in T-2 ne moreta v celoti zagotavljati storitev niti sama sebi.

Na podlagi tega je mogoče do sedaj predvideti, da lahko trenutno, v celoti in neodvisno, sama sebi, predvidoma pa tudi drugim operaterjem, storitve na veleprodajnem trgu dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje vseh vrst klicev iz teh omrežij ponujata le Mobitel in Si.mobil, v nadaljevanju pa je treba ugotoviti, ali lahko te storitve na veleprodajni ravni operativno dejansko ponujata oba navedena operaterja.

**Z vidika povpraševanja in ponudbe na maloprodaji je torej dostop do mobilnih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij treba umestiti na isti upoštevni trg, saj sta dostop in posredovanje klicev celovita storitev tako z vidika končnih uporabnikov, kot operaterjev, različna mobilna omrežja, dostop in posredovanje klicev iz njih pa z vidika končnih uporabnikov substituti. Med posredovanje klicev je treba šteti vse vrste govornih klicev. Enako velja tudi na veleprodajnem trgu, kjer je dostop do mobilnih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij treba umestiti na isti upoštevni trg, saj sta dostop in posredovanje klicev celovita storitev tako z vidika operaterjev povpraševalcev, kot operaterjev ponudnikov, različna mobilna omrežja za dostop in**

**posredovanje klicev iz njih pa z vidika operaterjev povpraševalcev substituti, na isti upoštevni trg pa je treba vključiti tako ponudbo drugim operaterjem na medoperaterskem trgu, kot tudi ponudbo samemu sebi (*self-supply*). Tudi na veleprodajnem trgu je med posredovanje klicev treba šteti vse vrste govornih klicev.**

### **5.2.2. 2G in 3G infrastruktura**

Agencija je skladno s prepričanjem Evropske komisije tudi sama mnenja, da je pri analizah trgov tehnološka nevtralnost posebnega pomena. Slednje je treba vzeti v obzir tudi pri ugotavljanju, ali je dostop do 2G in 3G omrežij ter posredovanje klicev iz teh omrežij del istega upoštevnega trga.

Končni uporabniki, ki želijo pri operaterju uporabljati storitev dostopa do omrežja in posredovanja klicev iz tega omrežja, hočejo v prvi vrsti kakovostno storitev za čim bolj primerno ceno. Pomembno jim je, da lahko do omrežja dostopajo ves čas in na čim večjem geografskem območju, kar jim omogoča, da lahko uporabljajo storitev posredovanja klicev kadarkoli in čim bolj neodvisno od lokacije, kjer se nahajajo. Do konca leta 2003 končni uporabniki v Sloveniji niso mogli dostopati do omrežja tretje generacije, saj je Mobitel šele takrat komercialno vzpostavil delovanje lastnega UMTS omrežja. Si.mobil je komercialno delovanje UMTS omrežja vzpostavil septembra leta 2007, T-2 junija 2008, Tušmobil pa dostopa do omrežja UMTS komercialno ne ponuja. V času delovanja WWI slednji ni ponujal dostopa do omrežja 3G. Pred začetkom delovanja omrežij tretje generacije so vsi slovenski operaterji (razen T-2, ki ima odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc le za delovanje na frekvenčnem spektru za UMTS) svojim uporabnikom ponujali dostop izključno do omrežij GSM, torej do omrežij druge generacije. Končni uporabniki so imeli na GSM omrežjih zagotovljen dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij. Ob komercialni vzpostavitvi UMTS omrežij posameznega operaterja se za njegovega končnega uporabnika z vidika dostopa in posredovanja klicev ni spremenilo nič, saj je ob uporabi iste SIM kartice, ki mu dostop zagotavlja, lahko dostopal tako do GSM kot tudi do UMTS omrežja. Ker 2G in 3G operaterji omrežja gradijo integrirano, slednja omogočajo, da končni uporabniki prehajajo med obema ne da bi to sploh opazili, pri dostopu do omrežja ali uporabi storitve posredovanja klicev pa prav tako ne občutijo nobene razlike, če se slednje dogaja na 2G ali 3G omrežju, saj jim je prvenstveno pomembno zgolj to, da imajo dostop do omrežja in lahko iz njega posredujejo klice. Prav tako se z vidika uporabnikov ne dogaja, da bi slednji kupovali dostop do enega ali drugega omrežja ločeno, torej posebej za 2G in 3G omrežje, ponudba operaterjev pa se tudi cenovno ne razlikuje, če končni uporabnik dostopa in uporablja storitev posredovanja klica iz enega ali drugega, saj so cene naročnin ali zakupnin ter klicev enake, ne glede na to, preko katere tehnologije se izvajajo.

S tega vidika je mogoče zaključiti, da lahko mobilna omrežja ločimo zgolj glede na operaterje, ki jih upravljajo, ne pa glede na tehnologije, saj tudi operaterji z vidika dostopa in posredovanja klicev lastna omrežja dojemajo tehnološko nevtralnno. Slednje potrjuje tako njihovo integrirano načrtovanje kot izgradnja, pa tudi enako cenovno obravnavanje pri oblikovanju maloprodajnih cen.

Zato je treba zaključiti, da sodijo z vidika končnih uporabnikov omrežja, ki temeljijo na standardih in tehnologiji druge generacije (torej omrežja 2G ali GSM) in omrežja, ki temeljijo na standardih in tehnologiji tretje generacije (omrežja 3G ali UMTS) na isti upoštevni trg.

Tudi na veleprodajnem trgu je mogoče priti do enakih zaključkov. Operaterju povpraševalcu, ki želi pri operaterju ponudniku medoperaterski dostop do javnega mobilnega telefonskega omrežja z namenom, da zadosti povpraševanju na maloprodajnem trgu, je glede na dejstvo, da z vidika končnih uporabnikov ni razlike pri dojetanju dostopa in posredovanja klicev glede na tehnologijo 2G in 3G, prav tako pomembno le dejstvo, da mu lahko operater

ponudnik zagotavlja dostop na čim večjem geografskem območju, neodvisno od tehnologije (2G ali 3G).

**Na podlagi povedanega je treba zaključiti, da sodijo omrežja, ki temeljijo na standardih in tehnologiji druge generacije (torej omrežja 2G ali GSM) in omrežja, ki temeljijo na standardih in tehnologiji tretje generacije (omrežja 3G ali UMTS), na isti upoštevni trg dostopa do mobilnih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij; tako z vidika maloprodaje kot z vidika veleprodaje.**

### **5.2.3. Omrežja na fiksni lokaciji in mobilna omrežja**

Zamenljivost povpraševanja omogoča, da se določi storitev ali nabor storitev, ki so v očeh uporabnika substituti. To so tiste storitve, ki so lahko zamenljive v primeru relativnega zvišanja cen. Pri ugotavljanju obstoja zamenljivosti povpraševanja se mora upoštevati vsako prejšnje obnašanje uporabnikov. V primeru dviga maloprodajnih cen dostopa in posredovanja klicev hipotetičnega monopolista, bi bili uporabniki primorani iskati možne substitute za dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij. Možen substitut bi lahko bil dostop in posredovanje klicev iz javnih telefonskih omrežij na fiksni lokaciji. V primeru dviga cen, bi tako končni uporabniki prenehali uporabljati dostop do mobilnih omrežij in storitve klicev iz teh omrežij in bi za klicanje uporabljali fiksna omrežja. Slednje pa je le malo verjetno, saj pomeni dostop do mobilnih omrežij veliko razliko v primerjavi z dostopom do fiksnih omrežij. Omrežja na fiksni lokaciji omogočajo uporabniku dostop in možnost klicanja na zelo omejenem prostoru, natančneje zgolj na tisti lokaciji, kjer se priključna točka nahaja (ob uporabi brezžičnega telefonskega aparata pa v radiju nekaj deset metrov). Medtem pa dostop do javnega mobilnega telefonskega omrežja omogoča končnemu uporabniku dostop do omrežja skoraj kjerkoli, kar pomeni, da lahko uporabnik opravlja storitev posredovanja klicev skoraj neodvisno od lokacije, kjer se nahaja. Prav to pa je končnim uporabnikom najpomembnejše, ko se odločajo za nakup storitev dostopa in posredovanja klicev iz mobilnih omrežij. To potrjuje tudi dejstvo, da želijo imeti uporabniki dostop do mobilnega omrežja kljub temu, da že imajo dostop na omrežju na fiksni lokaciji. Med obema omrežjema, mobilnim in omrežjem na fiksni lokaciji, je z vidika končnih uporabnikov bistvena razlika, namreč mobilnost dostopa in posredovanja klicev, ki jo končnim uporabnikom mobilno omrežje omogoča, omrežje na fiksni lokaciji pa ne. Uporabniki javnih mobilnih telefonskih omrežij nimajo substituta za dostop do slednjih.

Iz tega razloga je treba ugotoviti, da omrežij na fiksni lokaciji končni uporabniki tudi ob majhnem, a pomembnem povišanju cen ne bi videli kot substituta za dostop do javnih mobilnih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij.

Tudi z vidika operaterjev povpraševalcev lahko ob enaki predpostavki pridemo do enakih zaključkov. V kolikor bi operater hipotetični monopolist za 5 do 10% dvignil cene dostopa in posredovanja klicev iz svojega omrežja, bi operaterji povpraševalci ne mogli iskati substituta dostopa v fiksnih omrežjih, saj dostop do fiksnih omrežij njihovim končnim uporabnikom, kot smo pokazali zgoraj, ne pomeni substituta, kar bi posledično pomenilo, da bi končni uporabniki operaterjev povpraševalcev v končni fazi prešli k hipotetičnemu ponudniku.

**Zato je treba zaključiti, da dostop in posredovanje klicev iz omrežij na fiksni lokaciji, ne na maloprodaji, ne na veleprodaji, ni substitut za dostop do javnih mobilnih omrežij in posredovanju klicev iz teh omrežij, in ga ni mogoče šteti na isti upoštevni trg.**

### **5.2.4. Storitve SMS**

Pri SMS sporočilih gre za ozkopasovne podatkovne storitve v obliki kratkih besedilnih sporočil. SMS sporočila se prodajajo istim naročnikom ali predplačnikom kot govorni klici in v istih naročniških ali predplačniških paketih. Na medoperaterski ravni se SMS sporočila v

Sloveniji ponujajo vsem operaterjem povpraševalcem. Vse to kaže na to, da gre za storitev, ki se niti na maloprodajnem niti na medoperaterskem trgu praviloma ne ponuja samostojno, temveč vedno skupaj z dostopom in posredovanjem klicev, zaradi česar SMS sporočila sama po sebi ne predstavljajo substituta govornemu klicu, temveč vselej spremljajočo storitev dostopu in posredovanju klicev.

Mnenje ekspertov iz julija 2006, podano v dokumentu »*A Review of certain markets included in the Commission's Recommendation on Relevant Markets subject to ex-ante Regulation, an independent report by Martin Cave, Ulrich Stumpf, Tommaso Valletti*«<sup>9</sup> ugotavlja, da se SMS sporočila v maloprodaji ponujajo na enak način kot govorni klici, praviloma vedno v »grozdu« oziroma paketu z njimi. To dejstvo se odraža tudi na medoperaterskem trgu, kjer mora operater povpraševalec, ki želi končnemu uporabniku ponuditi vsaj osnovno komunikacijo z uporabniki, pri operaterju ponudniku dostopa do omrežja in posredovanja klicev iz tega omrežja dogovoriti najmanj posredovanje klicev in SMS sporočil. Tako omenjeni avtorji navajajo, da so na veleprodaji dostop in odhodni klici del istega trga, hkrati pa na veleprodaji vsi odhodni klici (posredovanje klicev) in SMS prav tako tvorijo enoten trg zaradi zgoraj omenjenega ponujanja v grozdu ali paketu.

SMS so na isti upoštevni trg vključile tudi Velika Britanija, Švedska, Španija, Norveška, Nizozemska, Italija, Finska, Ciper in Avstrija.<sup>10</sup> Tudi pri analizi trga 17 za mednarodno gostovanje v javnih mobilnih telefonskih omrežjih je Agencija že ugotovila, da je s storitvijo govorne telefonije tesno povezana tudi storitev SMS, ki se tako na grosistični kot na maloprodajni ravni prodaja v povezavi z govorno storitvijo, zato jo je tudi vključila na navedeni upoštevni trg 17.<sup>11</sup>

**Agencija tako zaključuje, da je treba uvrstiti storitev posredovanja SMS sporočil na isti upoštevni trg skupaj z dostopom do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanjem klicev iz teh omrežij.**

### 5.2.5. Druge podatkovne storitve na mobilnih omrežjih

Za naprednejše širokopasovne storitve (dostop do interneta in hitri prenos podatkov) z vidika končnih uporabnikov ne velja, da jih štejejo med nabor storitev, ki nujno sodijo skupaj k dostopu do mobilnih omrežij in posredovanju klicev iz teh omrežij, saj jih mobilni operaterji prodajajo tudi ločeno in v svoji osnovi za namen širokopasovnega dostopa do interneta in hitrega prenosa podatkov. Agencija samo za namen ponazoritve izdvaža ponudbi Mobitela in Si.mobila, s čemer ne prejudicira, da gre za edini takšni ponudbi na slovenskem trgu. Tako družba Mobitel med drugimi ponuja tudi posebni podatkovni paket »Internet neomejeno«<sup>12</sup>, ki omogoča neomejen prenos podatkov v omrežju Mobitela za 29 € mesečne naročnine, pri čemer uporabnik za ta namen prejme posebno SIM kartico in uporablja ločeno terminalsko opremo. Prav tako Si.mobil ponuja paket »Mobilni internet«<sup>13</sup>, kot samostojno ponudbo, ki vključuje samostojno SIM kartico in terminalsko opremo, izbirati pa je mogoče med tremi paketi: »Paket Mobilni internet Osnovni« (100 MB za 6 € mesečno), »Paket Mobilni internet Plus« (10 GB za 15 € mesečno) in »Paket Mobilni internet Unlimited«, ki omogoča prenos neomejene količina podatkov za 19 € mesečno. Prav tako, sicer zgolj na omrežju

<sup>9</sup> [http://www.uniglobalunion.org/UniTelecom.nsf/c9229dfff6d192f5c125701a0050ec92/6e4dbde0b533b73bc12571d8002c370f/\\$FILE/academics%20-%20markets.pdf](http://www.uniglobalunion.org/UniTelecom.nsf/c9229dfff6d192f5c125701a0050ec92/6e4dbde0b533b73bc12571d8002c370f/$FILE/academics%20-%20markets.pdf) (dostop na dan 26.3.2009)

<sup>10</sup> Glej: <http://www.cullen-international.com/documents/cullen/prindex.cfm> (dostop na dan 23.3.2009)

<sup>11</sup> Analiza upoštevne trga 17, Nacionalni trg za mednarodno gostovanje v javnih mobilnih telefonskih omrežjih (medoperaterski trg) je objavljena na spletni strani Agencije

[http://www.apek.si/datoteke/File/vpliv%20Agencije%20na%20trg/osnutek\\_ukrepa\\_trg17.pdf](http://www.apek.si/datoteke/File/vpliv%20Agencije%20na%20trg/osnutek_ukrepa_trg17.pdf)

<sup>12</sup> Glej: <http://www.mobitel.si/slo/Ponudba/GSMnarochniki/Akcijeinovosti/Internetneomejeno.asp> (dostop na dan 23.3.2009)

<sup>13</sup> Glej: <http://www.simobil.si/sl/packages.cp2?cid=D54B68CD-09E1-53CC-E31B-04236008E7A5&linkid=package> (dostop na dan 23.3.2009)



GSM/EDGE, tudi operater Tušmobil ponuja storitev «tušmobilinternet»<sup>14</sup>, ki omogoča prenos podatkov, pri čemer ni potrebna naročnina na druge storitve. Povsem ločeno ponuja dva različna paketa, ki vsebujeta 1 GB ali 20 GB prenosa podatkov v omrežju Tušmobil, za 10 oziroma 20€.

Te širokopasovne storitve je torej mogoče z vidika končnih uporabnikov kupovati ločeno od storitev dostopa do mobilnega omrežja za namen klicev, SMS in MMS sporočil in mednarodnega gostovanja, kar pomeni, da lahko omenjene storitve uporabljajo pri enem ponudniku storitev, navedene širokopasovne storitve pa ločeno (saj predvidevajo tudi ločene SIM kartice in ločeno terminalsko opremo) pri drugem ponudniku storitev, pač glede na zahteve, ki jih v zvezi s tem imajo (tehnične in komercialne specifikacije ponudbe), saj te storitve končni uporabniki nabavljajo izključno z namenom širokopasovnega dostopa. Tudi na dvig cen bi se končni uporabniki odzvali ločeno in neodvisno, zato te storitve ne sodijo na isti trg. Teh storitev končni uporabniki tudi glede na njihove uporabniške navade torej ne štejejo med tisti nabor nujnih storitev, ki jih želijo uporabljati kadarkoli in kjerkoli, kot to velja za dostop do mobilnih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij. Na podlagi povedanega je mogoče zaključiti, da širokopasovne storitve dostopa do interneta in hitri prenos podatkov z vidika maloprodaje ne sodijo na isti upoštevni trg kot dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij.

Agencija ugotavlja, podobno kakor drugi regulatorji v EU in tudi Evropska komisija, da trenutno tudi ostale storitve, ki temeljijo na širokopasovnem prenosu podatkov (MMS, mobilni portali in podobno), ne sodijo na predmetni upoštevni trg in gre zgolj za dodatne storitve, ne pa za substitute dostopa in posredovanju klicev in jih kot take vidijo tudi končni uporabniki. Za pošiljanje podatkovnega prometa (razen SMS) obstajajo alternativni viri (zlasti internet), na katerega se je možno priključiti tudi na drugih telekomunikacijskih priključkih. Za podatkovni promet praviloma ni potrebno, da poteka v realnem času, zato v očeh uporabnikov praviloma tudi ni bistveno povezan z njihovo mobilnostjo. Iz tega vidika gre za storitve, ki so še vedno v razvijajoči se fazi in ne gre za zrele storitve, kot je to mogoče trditi za dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij, zato tudi Komisija meni, da je zanje še vedno težko napovedati, kako se bodo razvijale. Za razliko od ugotovitev Agencije v zvezi z dostopom do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanjem klicev iz teh omrežij, je mogoče ugotoviti, da je za podatkovne storitve (razen SMS) tako z vidika končnih uporabnikov kot operaterjev povpraševalcev na eni strani, enako pa tudi operaterjev ponudnikov na drugi strani, vsekakor pomembno ali se te storitve ponujajo in opravljajo na omrežju druge ali tretje generacije, saj slednje pomembno vpliva na kakovost storitve ali celo možnost opravljanja slednje. Agencija bo zato spremljala razvoj podatkovnih storitev v prihodnje, zaenkrat pa jih ne vključuje na predmetni upoštevni trg.

**Zato Agencija zaključuje, da druge podatkovne storitve na mobilnih omrežjih ne sodijo na isti upoštevni trg in gre zgolj za dodatne storitve, ne pa za substitute dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanju klicev iz teh omrežij.**

#### **5.2.6. Poslovni in rezidenčni uporabniki**

Z vidika zamenljivosti povpraševanja so lahko končni uporabniki do cenovno različnih paketov oblikovanih za poslovne in rezidenčne uporabnike indiferentni, v kolikor ti paketi ustrezajo njihovim potrebam oziroma uporabniškemu profilu. Zato bi bilo ločevanje trga po takšnih vrstah uporabnikov nesmiselno.

Če pogledamo zamenljivost z vidika ponudbe zaključimo, da operater, ki ponuja storitev na trgu poslovnih uporabnikov (npr. podjetju) lahko ob povečanju cen hipotetičnega monopolista za 5 do 10%, brez bistvenih dodatnih stroškov prične ponujati storitev tudi rezidenčnim uporabnikom (npr. fizičnim osebam) in obratno, saj so pogoji zagotavljanja storitev dostopa

<sup>14</sup> Glej: [http://www.tusmobil.si/index.php?option=com\\_content&task=view&id=161&rid=207&Itemid=207](http://www.tusmobil.si/index.php?option=com_content&task=view&id=161&rid=207&Itemid=207) (dostop na dan 23.3.2009)

do mobilnega omrežja in posredovanja klicev poslovnemu ali rezidenčnemu uporabniku v osnovi enaki. Na medoperaterski ravni prav tako ni videti razlike v ponujanju storitev operaterja ponudnika operaterju povpraševalcu v primeru poslovnih ali rezidenčnih uporabnikov. Operaterji povpraševalci kupujejo dostop in posredovanje klicev, pri čemer ga ne kupujejo specifično za poslovne in specifično za rezidenčne uporabnike, prav tako pa ga na tak način ločeno ne prodaja niti operater ponudnik.

**Glede na to je treba ugotoviti, da pri definiciji upoštevnega trga dostopa do mobilnih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij ne moremo ločevati med poslovnimi in rezidenčnimi uporabniki.**

### **5.2.7. Naročniški in predplačniški uporabniki**

Ločevanje na naročniški in predplačniški trg prav tako ni smiselno, saj je z vidika končnih uporabnikov zamenjava med posameznima oblikama maloprodajnih paketov enostavna.

Enako, kot smo ugotovili v primeru poslovnih in rezidenčnih uporabnikov, lahko tudi na medoperaterskem nivoju zaključimo, da bi lahko operater, ki ponuja storitev na trgu zgolj naročniškemu uporabniku, ob povečanju cen hipotetičnega monopolista za 5 do 10%, brez bistvenih dodatnih stroškov pričel ponujati storitev tudi predplačniškemu uporabniku in obratno, saj so pogoji zagotavljanja storitev dostopa do mobilnega omrežja in posredovanja klicev naročniškemu ali predplačniškemu uporabniku v osnovi enaki. Na medoperaterski ravni prav tako ni videti razlike v ponujanju storitev operaterja ponudnika operaterju povpraševalcu v primeru predplačniških in naročniških uporabnikov. Operaterji povpraševalci kupujejo dostop in posredovanje klicev, pri čemer ga ne kupujejo specifično za naročniške in specifično za predplačniške uporabnike, prav tako pa ga na tak način ločeno ne prodaja niti operater ponudnik.

**Glede na to je treba ugotoviti, da pri definiciji upoštevnega trga dostopa do mobilnih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij ne moremo ločevati med naročniškimi in predplačniškimi uporabniki.**

### **5.2.8. Mednarodno gostovanje**

Mednarodno gostovanje končnim uporabnikom omogoča, da uporabljajo storitve tudi, ko se nahajajo v tujini. Z vidika povpraševanja je Komisija že v predhodnem priporočilu o upoštevni trgih ugotovila, da je mednarodno gostovanje ločen trg. V novem priporočilu je Komisija prejšnji trg 17, ki je obravnaval mednarodno gostovanje v javnih mobilnih telefonskih omrežjih kot medoperaterski trg izločila iz upoštevni trgov, za katere je predvidena predhodna regulacija, saj je mednarodno gostovanje postalo predmet regulacije Komisije na podlagi Uredbe o gostovanju<sup>15</sup>, ki določa maloprodajne in veleprodajne cene gostovanja ter ostale pogoje v zvezi z mednarodnim gostovanjem.

**Glede na ugotovljeno, je Agencija prepričana, da mednarodno gostovanje ne sodi na isti upoštevni trg kot dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij.**

### **5.2.9. Oblike dostopa na veleprodajnem trgu**

Agencija v analizi obravnava štiri različne oblike operaterjev, ki posledično pomenijo tudi štiri različne oblike dostopa do mobilnih omrežij. Gre za različne veleprodajne oblike dostopa, ki

<sup>15</sup> UREDBA (ES) št. 717/2007 EVROPSKEGA PARLAMENTA IN SVETA z dne 27. junija 2007 o gostovanju v javnih mobilnih telefonskih omrežjih znotraj Skupnosti in spremembah Direktive 2002/21/ES <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:171:0032:0040:SL:PDF>, dostop na dan 26.3.2009

pa na maloprodaji zagotavljajo z vidika končnega uporabnika medsebojne substitute, kot je bilo pokazano že zgoraj, saj je končnemu uporabniku vseeno, ali mu dostop do javnega mobilnega telefonskega omrežja in posredovanje klicev ponuja **operater z lastnim radijskim in jedrnim omrežjem, operater navideznega mobilnega omrežja, ponudnik storitev / preprodajalec, ali morebiti operater, ki uporablja storitev nacionalnega gostovanja**. Načeloma ostanejo medoperaterski odnosi končnim uporabnikom skriti in za uporabo storitev neopazni in nerelevantni.

Z vidika veleprodaje želijo operaterji vseh naštetih oblik dostopa zgolj dostop do javnega mobilnega telefonskega omrežja in posredovanje klicev iz tega omrežja z namenom, da jih lahko na maloprodajnem trgu ponujajo in zagotavljajo svojim končnim uporabnikom. Navedeno velja tako v primeru vertikalno integriranega maloprodajnega dela operaterja, katerega veleprodajna enota mu navedeno zagotavlja (*self-supply*), kar je Agencija dokazala že v točki 5.2.1., kot tudi za operaterje navideznih mobilnih omrežij, ponudnike storitev / preprodajalce in operaterje, ki uporabljajo nacionalno gostovanje. Smoter in cilj dostopa je v vsakem primeru isti, različne oblike dostopa pogojujejo le določene tehnične značilnosti operaterjev povpraševalcev in poslovni modeli, ki jim ti sledijo.

Pri tem je treba prav tako kot pomembno dejstvo navesti, da tudi ZEKom definira operaterski dostop kot: **»[...] zagotovitev razpoložljivosti naprav oziroma storitev drugemu operaterju pod določenimi pogoji, bodisi na izključni ali neizključni podlagi, za zagotavljanje elektronskih komunikacijskih storitev. Med drugim zajema: dostop do omrežnih elementov in pripadajočih zmogljivosti, ki lahko vključuje tudi priključitev opreme s fiksnimi ali nefiksnimi sredstvi (zlasti to vključuje dostop do krajevne zanke ter naprav in storitev, ki so potrebne za zagotavljanje storitev prek krajevne zanke), dostop do fizične infrastrukture, vključno z zgradbami, kanali in drogovi, dostop do ustreznih sistemov programske opreme vključno s sistemi za podporo obratovanja, dostop do pretvorbe številki ali do sistemov, ki zagotavljajo enakovredno delovanje, dostop do fiksnih in mobilnih omrežij, zlasti za sledenje, dostop do sistemov s pogojnim dostopom za digitalne televizijske storitve, dostop do virtualnih omrežnih storitev.«**<sup>16</sup>

Nadalje ZEKom v 26. členu, ki obravnava obveznosti dopustitve operaterskega dostopa do določenih omrežnih zmogljivosti in njihove uporabe OPTM, prav tako pozna in definira obveznosti dostopa v vseh zgoraj navedenih oblikah. Za vsako obliko posebej navaja, da lahko Agencija od operaterja omrežja, ki je bil spoznan kot OPTM, zahteva zlasti da:

- v primeru **ponudnikov storitev / preprodajalcev**: **»[...] zagotovi določene storitve na grosistični osnovi zaradi preprodaje teh storitev na maloprodajnem trgu [...]«**<sup>17</sup>;
- v primeru **operaterjev navideznih mobilnih omrežij**: **»[...] odobri odprt operaterski dostop do tehničnih vmesnikov, protokolov ali drugih pomembnih tehnologij, ki so nujno potrebni za vzajemno delovanje storitev ali storitev navideznih omrežij [...]«**<sup>18</sup>;
- in v primeru **operaterjev, ki uporabljajo nacionalno gostovanje**: **»[...] zagotovi določene storitve, ki so potrebne za vzajemno delovanje storitev med koncema za uporabnike, vključno z zmogljivostmi za inteligentne omrežne storitve ali gostovanjem v mobilnih omrežjih [...]«**<sup>19</sup>.

**Operater javnega mobilnega telefonskega omrežja ali operater mobilnega omrežja (Mobile Network Operator – MNO)** razpolaga z odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc, ki mu omogoča uporabo dodeljenega mu frekvenčnega spektra ter z radijskim in jedrnim delom mobilnega omrežja, ki mu omogoča ponujanje storitev. MNO je običajno vertikalno integriran, kar pomeni, da njegova veleprodajna enota zagotavlja njegovi maloprodajni enoti veleprodajne storitve za potrebe delovanja na maloprodajnem trgu, kar pomeni, da je hkrati tudi ponudnik storitev. MNO za delovanje uporablja svoje omrežje, ki deluje v frekvenčnem

<sup>16</sup> 24. točka 3. člena ZEKom

<sup>17</sup> 4. točka drugega odstavka 26. člena ZEKom

<sup>18</sup> 5. točka drugega odstavka 26. člena ZEKom

<sup>19</sup> 7. točka drugega odstavka 26. člena ZEKom

spektru, za katerega je sam pridobil odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc, ima lastno jedrno omrežje in sklenjene medomrežne pogodbe z drugimi operaterji, sam usmerja promet in za uporabnike na svojem omrežju zaključuje klice, razpolaga z njemu dodeljenim številskim blokom in kodo mobilnega omrežja (MNC), uporablja lastne SIM kartice (lasten IMSI in KI), ima lastne pogodbe o mednarodnem gostovanju za uporabnike njegovega omrežja, trži in zagotavlja lastne storitve, ki jih prodaja pod svojo znamko. V času zaključka analize so bili na slovenskem trgu naslednji MNO: Mobitel, Si.mobil, Tušmobil in T-2.

**Operater navideznega mobilnega omrežja** (*Mobile virtual network operator – MVNO*) uporablja vse, ali nekatere enake dele jedrnega omrežja kot MNO z razliko dostopnega, torej radijskega omrežja, saj MVNO ne razpolaga z odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc in nima dodeljenega frekvenčnega spektra. Z namenom zagotavljanja storitev mora pridobiti dostop do radijskega, dostopnega dela omrežja pri MNO. Tudi MVNO je običajno vertikalno integriran, kar pomeni, da njegova veleprodajna enota zagotavlja njegovi maloprodajni enoti veleprodajne storitve za potrebe delovanja na maloprodajnem trgu, kar pomeni, da je tudi ponudnik storitev, hkrati pa na medoperaterskem trgu pri MNO kupuje storitev dostopa do (radijskega dela) omrežja. MVNO ima lastno jedrno omrežje in sklenjene medomrežne pogodbe z drugimi operaterji, sam usmerja promet in za svoje uporabnike zaključuje klice, razpolaga z njemu dodeljenim številskim blokom in kodo mobilnega omrežja (MNC), uporablja lastne SIM kartice (lasten IMSI in KI), lahko ima lastne pogodbe o mednarodnem gostovanju za njegove uporabnike, trži in zagotavlja lastne storitve, ki jih prodaja pod svojo znamko. V času zaključka analize na slovenskem trgu ni bilo te oblike operaterjev.

**Operater ponudnik storitev / preprodajalec** (*Service Provider / Reseller – SP*) ne razpolaga z odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc in nima frekvenčnega spektra, prav tako pa ne uporablja elementov jedrnega omrežja, ki bi mu omogočali usmerjanje in zaključevanje klicev za svoje uporabnike. Z namenom zagotavljanja storitev mora pridobiti dostop do radijskega, dostopnega in tudi jedrnega dela omrežja pri MNO. SP ni vertikalno integriran, saj v osnovi deluje kot podjetje, ki si veleprodajnih storitev ne zagotavlja sam, temveč jih kupuje na medoperaterskem trgu od MNO, sam pa deluje na maloprodajnem trgu. SP nima lastnega jedrnega omrežja, ki bi mu omogočalo usmerjanje in zaključevanje klicev za svoje uporabnike in zato nima sklenjenih medomrežnih pogodb z drugimi operaterji, ne razpolaga z njemu dodeljenim številskim blokom, temveč ga najema pri MNO, nima lastne kode mobilnega omrežja (MNC), temveč uporablja MNC MNO, ne uporablja lastnih SIM kartic (z lastnim IMSI in KI), temveč jih zgolj prodaja pod lastno znamko, nima ima lastnih pogodb o mednarodnem gostovanju za njegove uporabnike. SP lahko trži in zagotavlja lastne storitve, ki jih prodaja in oglašuje pod svojo znamko, vendar je lahko zaradi tehničnih zahtev in okoliščin pri tem omejen, zato se njegove storitve ne razlikujejo bistveno od storitev MNO, pri katerem kupuje dostop do omrežja. V času zaključka analize sta bila na slovenskem trgu naslednja SP: Debitel in Izimobil.

**Operater, ki uporablja nacionalno gostovanje** (*National Roaming – NR*) je sicer nujno hkrati tudi MNO in ima zato vse njegove karakteristike, razen tega, da lastnega mobilnega dostopnega telefonskega omrežja nima razvitega do te mere, da bi lahko konkurenčno komercialno deloval na trgu. Iz tega razloga na podoben način kot MVNO na medoperaterskem trgu pri MNO kupuje storitev dostopa do (radijskega dela) omrežja, vendar običajno le za omejen čas, dokler lastnega dostopnega omrežja ne izgradi do te mere, da lahko preko njega konkurenčno komercialno deluje na trgu. V času zaključka analize sta bila na slovenskem trgu naslednja MNO, ki sta hkrati uporabljala storitev nacionalnega gostovanja: Tušmobil in T-2.

**Agencija na podlagi navedenega zaključuje, da je treba na upoštevni trg dostopa do mobilnih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij šteti naslednje veleprodajne oblike dostopa:**

- dostop do mobilnih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij za ponujanje storitev samemu sebi;
- dostop do mobilnih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij za ponujanje storitev operaterjem navideznih mobilnih omrežij;
- dostop do mobilnih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij za ponujanje storitev ponudnikom storitev / preprodajalcem in
- dostop do mobilnih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij za ponujanje storitev nacionalnega gostovanja.

### 5.3. Opredelitev geografskega trga

Z opredelitvijo upoštevne geografskega trga se določi območje, na katerem so pogoji konkurence dovolj enotni in ki ga je moč razlikovati od sosednjih območij, ker so pogoji konkurence na teh območjih znatno drugačni.

Po opredelitvi upoštevne proizvodnega oziroma storitvenega trga je treba opredeliti geografski obseg trga, kar omogoči ocenitev razmer učinkovite konkurence na njem. Na področju elektronskih komunikacij se je geografski obseg ustreznega trga po tradiciji določal na podlagi dveh glavnih meril<sup>20</sup>:

- območje, ki ga pokriva omrežje in
- obstoj pravnih in drugih normativnih instrumentov.

V praksi območje, ki ga pokriva mobilno omrežje ustreza mejam območja, za katerega ima gospodarski subjekt dovoljenje za delovanje. Obstoj pravnih in drugih normativnih instrumentov razlaga dejstvo, da lahko mobilni operaterji ponujajo storitve samo na območjih, za katera imajo dovoljenje in dejstvo, da so po obsegu nacionalni. Dodatni visoki stroški komunikacije skupaj z izgubo ali okrnjenostjo določenih dodatnih storitev ob mednarodnem sledenju, s katerimi se srečajo končni uporabniki, to opredelitev še dodatno podpirajo, zato ni razloga, da bi geografsko območje upoštevne trga širili preko nacionalnega obsega. Prav tako pa omrežni operaterji ne na veleprodajnem ne na maloprodajnem trgu znotraj nacionalnega obsega ne postavljajo različnih pogojev ali cen, zato tudi iz tega gledišča ni razlogov, da bi geografsko območje upoštevne trga ožili na regionalne ali lokalne trge, saj so pogoji enakovredni na nacionalnem nivoju.

Splošni akt o določitvi upoštevne trgov določa za upoštevne trge, da je geografski trg celotno ozemlje Republike Slovenije, prav tako pa lahko za geografski obseg upoštevne trga potrdimo ozemlje Republike Slovenije na podlagi zgornjih meril. Agencija zato ne vidi dejavnikov, ki bi opredeljeni geografski trg širili ali ožili.

Geografski upoštevni trg je območje Republike Slovenije, saj so konkurenčni pogoji enaki po vsej državi in operaterji ne ponujajo storitev vezanih na določeno regijo ali območje, prav tako pa od regij ali območij niso odvisne tudi cene ponujanja storitev. Upoštevni trg dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij vključuje vsa javna mobilna telefonska omrežja na geografskem območju Republike Slovenije.

**Agencija zaključuje, da za geografski trg na predmetnem upoštevne trgu velja celotno ozemlje Republike Slovenije.**

### 5.4. Sklep o opredelitvi upoštevne trga

<sup>20</sup> Smernice

Agencija zaključuje, da na isti upoštevni trg »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« sodi:

**»Dostop do vseh javnih 2G in 3G mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje vseh vrst govornih klicev in SMS sporočil iz teh omrežij za poslovne, rezidenčne, predplačniške in naročniške uporabnike, za naslednje oblike operaterskega dostopa:**

- ponujanje storitev samemu sebi;
- ponujanje storitev operaterjem navideznih mobilnih omrežij;
- ponujanje storitev ponudnikom storitev / preprodajalcem in
- ponujanje storitev nacionalnega gostovanja,

**na celotnem ozemlju Republike Slovenije.«**

## 6. Preizkus treh meril

Na podlagi *Priporočila Evropske komisije o upoštevni trgih proizvodov in storitev, v sektorju elektronskih komunikacij, ki so lahko predmet predhodnega urejanja (UL L 344/65 z dne 28.12.2007)* je bil Splošni akt o določitvi upoštevni trgov dne 23.2.2008 spremenjen tako, da namesto 18 upoštevni trgov sedaj v 3. členu določa 7 upoštevni trgov (Splošni akt o določitvi upoštevni trgov, Uradni list RS, št. 18/08 in 112/08). Glede preostalih upoštevni trgov (torej tistih, ki so bili izločeni), pa Splošni akt v 4. členu določa, da je Agencija dolžna na podlagi testa treh meril ugotoviti, ali so ti trgi še lahko predmet predhodnega (*ex ante*) urejanja.

Ker trg »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« ni več uvrščen med upoštevne trge, ki so predmet predhodne (*ex ante*) regulacije, je Agencija ob upoštevanju 4. člena Splošnega akta, na podlagi prvega odstavka 21. člena ZEKom preverila izpolnitev treh meril za *ex-ante* regulacijo, kot jih podrobneje opredeljuje Priporočilo Komisije. To v recitalu 5 določa, da je treba za opredelitev trgov, ki so lahko predmet predhodnega urejanja, uporabiti naslednja merila oz. kriterije:

1. prisotnost visokih in stalnih vstopnih ovir strukturne, pravne ali regulativne narave;
2. struktura trga, ki se nagiba k neučinkoviti konkurenci v ustreznem časovnem okviru ter
3. dejstvo, da konkurenčna zakonodaja ne zadostuje za ustrezen odziv trga.

Ta tri merila je treba uporabljati kumulativno, tako da neizpolnjevanje kateregakoli od njih pomeni, da trg ne more biti predmet predhodnega urejanja.

Agencija je zato preverila, ali obstajajo ovire za vstop na trg, ali se predmetni trg nagiba k učinkoviti konkurenci ter ali za urejanje tržnih razmerij med udeleženci zadostujejo ukrepi konkurenčnega prava.

Skladno s Smernicami časovni okvir analize upošteva prihodnje obdobje, ki ga analiza zajema. Agencija je tako v analizi upoštevala določila iz 21. člena ZEKom, ki določa instrukcijski rok intervala analiz dveh let, zato so vse prihodnje ocene v analizi vezane na ta časovni okvir.

### 6.1. Prvo merilo: prisotnost visokih in stalnih ovir za vstop na trg

Skladno s Priporočilom Komisije sta pri presojanju visokih in stalnih ovir za vstop na trg pomembni zlasti dve vrsti ovir, in sicer:

- strukturne ovire in
- pravne oziroma regulatorne ovire.

Grožnja za vstop na trg, bodisi da nov ponudnik vstopa na dolgi rok, bodisi za krajši čas, je en izmed glavnih pritiskov potencialnih konkurentov na obstoječe podjetje. Grožnja vstopa na trg se zmanjša s postavljanjem ovir za vstop. Na splošno je mogoče ugotoviti, da so ovire za vstop na trg ključnega pomena, saj so predpostavka za dolgoročno odsotnost učinkovite konkurence na trgu.

Ovire za vstop na upoštevni trg so dejavnik, ki onemogočajo ali postavljajo na slabše mesto morebitne nove vstopnike na upoštevni trg. Novi ponudniki se ob vstopu na trg srečujejo z ovirami, ki jih za uveljavljene oziroma obstoječe ponudnike, ki na trgu delujejo bistveno dlje časa, ali so celo vanj vstopili prvi, ni, pri čemer njihov vstop na trg nima za posledico takojšnje vzpostavitev učinkovite konkurence. Vstopne ovire obstajajo, kadar so za prodor na

določen trg potrebne velike naložbe in načrtovanje zmogljivosti v daljšem časovnem obdobju, da bi bile donosne.

### **6.1.1. Strukturne ovire**

Strukturne ovire za vstop na trg obstajajo, če pri danem povpraševanju stanje tehnologije in obstoječa struktura stroškov povzročata asimetrične pogoje med bivšim monopolistom in operaterji, ki želijo vstopiti na trg ali pa so že vstopili na trg, vendar v kasnejši fazi.

Strukturne ovire za vstop so prisotne takrat, ko so stanje na področju tehnologije in z njo povezana stroškovna struktura in/ali raven povpraševanja takšni, da ustvarjajo asimetrične pogoje med obstoječimi ponudniki in novimi oziroma kasnejšimi vstopniki tako, da slednjim preprečujejo ali bistveno otežujejo vstop na trg oziroma jim onemogočajo oblikovanje takšnih cen in pogojev, da bi lahko bili konkurenčni obstoječim ponudnikom. Visoke strukturne vstopne ovire so tako prisotne takrat, ko je trg soočen bodisi z visokimi vstopnimi stroški, ekonomijami obsega in ekonomijami povezanosti ter visokimi potopljenimi stroški.

Agencija je za preverjanje prisotnosti vstopnih ovir, ki bi lahko kazale na odsotnost učinkovite konkurence preverila naslednje podkriterije, ki niso kumulativne narave:

- nadzor nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti
- potopljeni stroški
- ekonomije obsega in ekonomije povezanosti
- tehnološke prednosti ali superiornost
- stopnja vertikalne integracije
- ovire za širitev
- raznolikost storitev in produktov

#### **6.1.1.1. Nadzor nad infrastrukturo, ki se ne da zlahka podvojiti**

Nadzor nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti, je v tesni povezavi z obstojem potopljenih stroškov, ki ga Agencija obravnava kot ločen podkriterij. Infrastruktura, ki se je ne da zlahka podvojiti, je pokazatelj tržne moči, ki jo lahko uživajo obstoječi operaterji in zvišuje vstopne ovire za potencialne nove vstopnike, kar ne kaže na konkurenčno stanje na trgu. V kolikor mobilni operater razpolaga z infrastrukturo, ki jo je težko podvojiti in sama infrastruktura predstavlja pomemben dejavnik pri oblikovanju storitve, ga to postavlja v močnejši tržni položaj, zaradi katerega lahko na trgu deluje v precejšnji meri neodvisno od ostalih ponudnikov in povpraševalcev na maloprodajnem ter veleprodajnem trgu. Poleg tega daje infrastruktura obstoječim operaterjem na trgu vselej tudi možnost, da prenašajo tržno moč na horizontalno in vertikalno povezane trge.

Pri podvojitvi infrastrukture obstajajo ovire, ki so predvsem tehnične in ekonomske narave. V kolikor so frekvence, kot omejena naravna dobrina za opravljanje storitev mobilnih komunikacij še na voljo v zadostni ali želeni meri, tehničnih ovir ni. Vstopajoči mobilni operater se nato sooča samo še z finančnimi, tržnimi in strukturnimi ovirami.

V Republiki Sloveniji je na voljo še 2x10 MHz (RDD) in 5 MHz (TDD) frekvenčnega prostora za opravljanje storitev UMTS in 2x39 MHz frekvenčnega prostora za opravljanje storitev DCS 1800. Frekvence v spektru za opravljanje storitev GSM 900 in E-GSM 900 so v celoti podeljene in v uporabi ter jih obstoječi ali novi vstopniki v prihodnjem obdobju, ki ga predmetna analiza zajema, ne morejo pridobiti. Trenutno so v Sloveniji trije mobilni operaterji, ki delujejo tako v frekvenčnem spektru GSM oz E-GSM 900, kot tudi DCS 1800 in UMTS. To so Mobitel, Si.mobil in Tušmobil, ki je frekvence za opravljanje UMTS storitev pridobil šele pred časom in storitev preko slednjih še ne ponuja. Družba T-2, ki je pričela svoje mobilne storitve ponujati šele z mesecem junijem 2008, pa ima odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc samo za UMTS, ne pa tudi za DCS ali GSM.



Glede na navedeno je mogoče ugotoviti, da morebitni novi vstopnik na trg ne bi mogel v celoti uporabiti enakega frekvenčnega spektra, kot ga uporablja večina prisotnih infrastrukturnih operaterjev, saj denimo v GSM spektru ta ni več na voljo. S tem operaterji niso postavljeni v popolnoma enak položaj, saj izgradnja mobilnega omrežja deloma na nižjih frekvenčnih spektrih, v kolikor ima operater za uporabo slednjih tudi poslovni in tehnični interes, lahko prinaša določene tehnične prednosti in pospeši izgradnjo, še posebej v začetnem obdobju vstopa na trg, ko želi operater pridobiti na pokritosti prebivalstva in ozemlja in manj na kapaciteti omrežja. Glede na to, da v prihodnjem obdobju približno dveh let, ki ga vključuje predmetna analiza, ni pričakovati, da bi na področju uporabe prostih frekvenc na nižjih spektrih (posebej nekdanjih frekvenc za uporabo storitev NMT ter nekdanjih analognih radiodifuznih frekvenc) prišlo na nivoju Evropske unije do dokončnih odločitev o njihovi nadaljnji rabi ter da tudi »trgovanje s frekvencami« (*frequency trading*) še ne kaže razmaha in tudi ni realno pričakovati, da bi operaterji na trgu prodajali dodeljene jim frekvenčne spektre, ki jim pomenijo v določeni meri tudi primerjalno prednost, lahko zaključimo, da v določeni meri za potencialne nove vstopnike najmanj do naslednje analize upoštevni trgov obstajajo tudi tehnične vstopne ovire.

Izgradnja mobilnega omrežja predstavlja veliko investicijo, obenem pa zahteva izgradnja novega omrežja z zadovoljivo pokritostjo in kapaciteto, primerljivo z omrežji operaterjev, ki so na trgu komercialno že ustaljeni in bi novim infrastrukturnim operaterjem posledično omogočalo na tem trgu dejansko tudi konkurirati, veliko časa. Potencialni novi vstopniki ali vstopniki, ki omrežje še gradijo, bi se pri tem srečali z dejstvom, da bi morali ob pričetku ponujanja komercialnih storitev razpolagati z mobilnim omrežjem, ki bi bilo takoj primerljivo z omrežji operaterjev, ki so na trgu že bistveno dlje časa in se ob svojem vstopu na trg niso srečevali s tako močnimi konkurenčnimi pogoji. Operaterji, ki so na trg vstopili v njegovi zgodnji fazi in nizki stopnji penetracije, so lahko omrežje gradili postopoma, saj pričakovanja in zahteve končnih uporabnikov niso bile na nivoju današnjih, ker na trgu še ni bilo tako izdelane in celovite ponudbe, kot je na voljo danes. Vstop na trg v sedanjem času, kjer bi operater pričel ponujati storitve zgolj z lastnim omrežjem, ki bi ga gradil postopoma, je nemogoč, saj je trg zrel, stopnja penetracije visoka in uporabniki ne bi uporabljali omejenega nabora storitev operaterja, čigar omrežje je bistveno slabše od razvitih konkurentov in je šele v fazi izgradnje. Tak vstop na trg bi bil tako popolnoma nekonkurenčen in bi ogrožal sprotne investicije operaterja v lastno omrežje, na dolgi rok pa bi ogrozil tudi njegovo dolgoročno delovanje, saj bi omajal zaupanje v kakovost storitev, ki jih novi operater ponuja.

Nov vstopnik bi tako moral ob odsotnosti obveznosti operaterja s pomembno tržno močjo za nudenje dostopa do svojega omrežja v obliki dostopa za ponudnike / preprodajalce storitev, operaterje navideznih mobilnih storitev oz. operaterje, ki bi do zadostne izgradnje lastnega omrežja v prehodnem obdobju uporabljali dostop nacionalnega gostovanja, najprej v celoti izgraditi lastno omrežje in šele nato pričeti ponujati storitve. Vsled dejstva, da izgradnja mobilnega omrežja traja nekaj let, bi bil takšen vstop neučinkovit, saj bi tak operater določene že izgrajene dele omrežja pričel uporabljati šele, ko bi bilo njegovo celotno omrežje popolnoma izgrajeno in sposobno v kakovosti storitev konkurirati že uveljavljenim, torej šele po nekaj letih, kar pa ekonomsko ni upravičeno in bi pomenilo finančno izčrpanje operaterja še pred njegovim komercialnim vstopom na trg.

Stroški, povezani z izgradnjo novega mobilnega omrežja, se lahko zmanjšajo z delitvijo infrastrukture (na primer skupna lokacija, souporaba stolpov oziroma objektov ali drugačne oblike dostopa do omrežja), kar je denimo med operaterjema Si.mobil in Mobitel v določenih primerih tudi praksa. Varčevalni potencial je še posebej velik v območjih z manjšo poseljenostjo in tega se omenjena operaterja zavedata. Skupna lokacija bi denimo lahko omogočala, da bi novi vstopniki namestili svojo opremo na obstoječe lokacije, kontejnerje in stolpe. Slednje predstavlja relativno pomemben del nižanja vstopnih stroškov in posledično lažjo podvojitve omrežja, vendar pa Agencija nima podatkov o tem, da bi družbi Mobitel in Si.mobil, ki si določene dele infrastrukture (predvsem antenske stolpe, kontejnerje ali druge objekte) za postavitve radijskega dela omrežja v določenih primerih delita, enak dogovor

dosegla tudi z nedavnima vstopnikoma, družbama Tušmobil in T-2. S hkratnim nakupom dela infrastrukture nekdanjega tretjega operaterja WWI sta si operaterja z dodatnimi lokacijami za bazne postaje zagotovila še dodatno prednost na trgu pred novimi vstopniki. Pri tem ni nepomembno, da tega dodatnega dela infrastrukture kljub povpraševanju nista ponudila v uporabo ali nakup drugim operaterjem.

Vstopna ovira nadzora nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti, na predmetnem upoštevnem trgu torej obstaja. Omrežja sicer ni objektivno nemogoče podvojiti, zaradi tehničnih ali ekonomskih razlogov *per se*, vendar pa zadostne podvojitve infrastrukture ni mogoče učinkovito izvesti v času do naslednje analize upoštevni trgov. Tudi Si.mobil, kot drugi najbolj razviti operater, ki je na trgu že 10 let, ni uspel podvojiti omrežja družbe Mobitel. Predvsem zaradi izjemno visokih stroškov je omrežje nadgrajeval le v obsegu, potrebnem za zagotavljanje storitev lastnim uporabnikom, ki so sicer predstavljali bistveno nižji tržni delež od Mobitelovih, ki pa je sicer ves čas počasi rasel. Agencija je prepričana, da zgolj vstop novih infrastrukturnih operaterjev na zrel trg z visoko stopnjo penetracije sam zase ne izključuje vstopne ovire nadzora nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti, saj je prav obdobje po vstopu novega operaterja na trg ključno. V obdobju, ko nov vstopnik še ne razpolaga s konkurenčnim omrežjem, na trgu pa mora nastopati s konkurenčnimi produkti, če naj si na srednji rok zagotovi ekonomije obsega, ki bodo ekonomsko upravičile njegov vstop, je tak operater podvržen neenakopravnemu boju z uveljavljenimi operaterji, ki se s takšnimi pogoji ob svojem vstopu v taki meri niso srečevali. Na trgu, ki kaže odsotnost učinkovite konkurence, bi se takšen novi vstopnik srečal z zavrnitvami za vsakršen dostop do omrežij obstoječih infrastrukturno razvitih operaterjev, delitve določenih delov infrastrukture, do zavlačevanja v pogajanjih, do postavljanja nerazumnih pogojev za dostop, postavljanja nerazumno visokih cen za veleprodajne storitve, pogajanj v slabi veri in na drugi strani tudi z zaostrovanjem pogojev na drugih, vertikalno ali horizontalno povezanih trgih, kot so denimo z nižanjem maloprodajnih cen s strani uveljavljenih operaterjev ali celo pogojevanjem cen zaključevanja klicev v omrežju novega vstopnika. Vse to bi obstoječi operaterji lahko izvajali z razlogom, da se vstop novega operaterja prepreči oziroma se operaterja v relativno kratkem času ekonomsko izčrpa, tako z dolgotrajnimi in neproduktivnimi pogajanjimi o dostopu do omrežja, s postavljanjem nerazumnih veleprodajnih cen, bistvenim nižanjem maloprodajnih cen, na katere mora novi vstopnik, če naj bo konkurenčen prav tako odgovoriti, kar ima za posledico, da na maloprodaji ponuja storitve bistveno bolj pod stroški, kot bi jih, če se cene konkurentov ne bi znižale. Vse to lahko ima za končno posledico izčrpanje takšnega operaterja v relativno kratkem času in njegov izstop iz trga, kar na zadnje pomeni, da na trgu obstanejo operaterji, ki imajo tak nadzor nad infrastrukturo, ki se je na da dovolj hitro podvojiti in ohranijo tržne deleže na maloprodajnem trgu, posledično pa prihodke, ki jim jih ti tržni deleži prinašajo. V okolju, kjer veljajo pogoji učinkovite konkurence, bi takšni vzvodi izčrpanja ne bili prisotni, niti mogoči, novo vstopajoči operater pa bi se na trgu srečal z infrastrukturnimi operaterji, ki bi v njegovem prihodu videla potencialno možnost prihodkov na veleprodajnem trgu, kar bi imelo za posledico konkurenčen boj med njimi v smislu, kateri od njih bo lahko ponudil boljše pogoje dostopa do omrežja.

Prav zaradi navedenega Skupina evropskih regulatorjev v »*ERG Report on Guidance on the application of the three criteria test*«<sup>21</sup>, meni, da naj bi imeli novi vstopniki na trg dostop do uporabe omrežja operaterja s pomembno tržno močjo in specifičnih omrežnih zmogljivosti, saj določitev obveznosti operaterskega dostopa bistveno zmanjšuje obstoječe strukturne vstopne ovire.

Tako družba Mobitel kot družba Si.mobil imata javni mobilni telefonski omrežji, s katerima pokrivata nacionalno območje Republike Slovenije.

<sup>21</sup> [http://www.erg.eu.int/doc/publications/erg\\_08\\_21\\_erg\\_rep\\_3crit\\_test\\_final\\_080604.pdf](http://www.erg.eu.int/doc/publications/erg_08_21_erg_rep_3crit_test_final_080604.pdf) (dostop na dan 26.3.2009)

Družba Mobitel tako dosega naslednjo pokritost:

	GSM	GPRS	EDGE	UMTS	HSDPA	HSUPA
Pokritost ozemlja	84,9%	84,9%	80%	30,9%	30,9%	30,9%
Pokritost prebivalstva	99,7%	99,7%	97,7%	73,6%	73,6%	73,6%

Vir: APEK, 2009

Omrežje UMTS je tako že v celoti nadgrajeno na tehnologijo HSDPA in HSUPA.

Družba Si.mobil dosega naslednjo pokritost:

	GSM	GPRS	EDGE	UMTS	HSDPA	HSUPA
Pokritost ozemlja	80,2%	80,2%	65%	17%	17%	/
Pokritost prebivalstva	99,6%	99,6%	90%	55%	55%	/

Vir: APEK, 2009

Družba T-2, kot nedavni vstopnik dosega naslednjo pokritost:

	GSM	GPRS	EDGE	UMTS	HSDPA	HSUPA
Pokritost ozemlja	/	/	/	7,4%	7,4%	7,4%
Pokritost prebivalstva	/	/	/	35%	35%	35%

Vir: APEK, 2009

Družba Tušmobil, kot prav tako nedavni vstopnik dosega naslednjo pokritost:

	GSM	GPRS	EDGE	UMTS	HSDPA	HSUPA
Pokritost ozemlja	64%	64%	64%	/	/	/
Pokritost prebivalstva	91%	91%	91%	/	/	/

Vir: APEK, 2009

Zgornji podatki kažejo, da ima družba Mobitel največjo pokritost tako z vidika odstotka pokritosti prebivalstva in ozemlja, kot tudi z vidika pokritosti po tehnologijah. Nižjo, vendar primerljivo pokritost pa ima tudi družba Si.mobil. Pričujoči podatki kažejo tudi, da je operaterju v začetku njegovega delovanja bistveno lažje dosežati višji odstotek pokritosti prebivalstva, kot pa odstotek pokritosti ozemlja Slovenije. Tako operaterja Mobitel in Si.mobil dosemeta skoraj popolno pokritost prebivalstva Slovenije (preko 99%) z dobrimi 80% pokritosti njenega ozemlja, medtem ko operater Tušmobil dosega z lastnim omrežjem 91% pokritost prebivalstva, kar je visok odstotek, glede na to, da je na trg vstopil pred kratkim časom, pri tem pa pokriva zgolj dobre tri petine ozemlja Slovenije. Podobno lahko opazimo tudi pri podatkih operaterjev pri UMTS pokritosti, kjer je mogoče ponovno videti, da je z relativno nizkim odstotkom pokritosti ozemlja mogoče doseči relativno visok odstotek pokritosti prebivalstva (glej podatek T-2, kjer slednji z zgolj 7,4% pokritosti ozemlja dosega kar 35% pokritost prebivalstva). Slednje potrjuje dejstvo, da je ozemlje Slovenije demografsko in topološko zelo specifično in razgibano. Veliko prebivalcev živi v le nekaj večjih mestih (Ljubljana, Maribor, Celje, Kranj, Velenje, Novo mesto, Murska Sobota, Koper), zelo veliko pa je tudi naselij v območjih, ki jih lahko označimo kot ruralna, kjer na precej velikem območju živi malo prebivalcev. Mobilni operater bi teoretično zelo visok odstotek pokritosti prebivalstva dosegel že zgolj z osnovno pokritostjo teh mest z lastnim signalom, pri čemer pa bi storitve zagotavljal na izjemno omejenem geografskem območju in tudi z zelo

omejenimi kapacitetami. Ob tem je treba omeniti, da želijo mobilni operaterji delovati tudi na območjih, ki bi sicer sama zase veljala za »ne stalno poseljena« ali neurbana, so pa bodisi turistično zanimiva in obiskana, bodisi predstavljajo cestne ali drugačne transportne povezave, kjer je v interesu operaterjev, da uporabnikom prav tako zagotavljajo uporabo storitev. Obenem pa zgolj podatek o odstotku pokritosti prebivalstva in ozemlja ne pove skoraj nič o konfiguraciji omrežja posameznega mobilnega operaterja v smislu kapacitet, ki jih tako omrežje zagotavlja. Zato ni mogoče trditi, da so omrežja med sabo primerljiva zgolj zato, ker pokrivajo podoben odstotek prebivalstva in ozemlja.

Iz navedenega je razvidno, da je podvojitev omrežja zahtevna in draga, da operaterji ne želijo dosegati zgolj določenega odstotka pokritosti prebivalstva, ki ga je relativno lahko doseči zgolj s pokritostjo večjih urbanih središč, temveč tudi pokritost ozemlja in kapaciteto omrežja, saj v želji, da bi bili konkurenčni, težijo k temu, da lahko njihovi uporabniki dostopajo do storitev na večini ozemlja Slovenije in so pri tem deležni tudi kvalitetnih storitev (čim nižje število neuspešnih ali prekinjenih klicev klicev, neuspešnih predaj klica med celicami in baznimi postajami in podobno). Slednje je razumljivo, saj bi le redki uporabniki izbrali operaterja, ki bi jim uporabo storitev omogočal na bistveno manjšem območju in v slabši kakovosti, kot njegovi konkurenti in bi to dojemali kot pomanjkljivost operaterja v primerjavi z drugimi, ki poleg dobre pokritosti prebivalstva zagotavljajo tudi dobro pokritost ozemlja z zadostnimi kapacitetami, kar z drugimi besedami pomeni, da zagotavljajo uporabnikom storitve skoraj po celotnem ozemlju Slovenije in jim pri tem nudijo kvaliteten in zadosten dostop. Tako bi lahko v praksi skoraj vsi prebivalci Slovenije (v primeru Mobitela 99,7% in v primeru Si.mobila 99,6%) na kar več kot 80% območja Slovenije (v primeru Mobitela 84,9% in v primeru Si.mobila 80,2%) uporabljali mobilne storitve. Istočasno pa lahko nova infrastrukturna vstopnika Tušmobil in T-2 ponudita svoje storitve 91 oziroma 35 odstotkom prebivalstva zgolj na 64 oziroma 7,4 odstotkih ozemlja Slovenije. Glede na zgornje podatke je opazna razlika že med omrežjema družb Mobitel in Si.mobil, kot operaterjema, ki sta na trgu prisotna že več let, še večja pa je ta razlika v primerjavi z omrežjema nedavnih vstopnikov, Tušmobil in T-2, kot takšna pa bi bila sprejeta tudi vidika uporabnikov. Pri tem je treba poudariti, da novi infrastrukturni operaterji praviloma gradijo omrežja na način, da sprva dosežejo čim večjo pokritost prebivalstva in ozemlja, kapacitete omrežja pa večajo naknadno. Tudi iz tega vidika je treba razliko med omrežji gledati širše, kot zgolj v okviru predstavljenih odstotkov. Tušmobil je na delu ozemlja (po podatkih Agencije del, ki pokriva glavno mesto z okolico) že prenehal uporabljati storitev nacionalnega gostovanja pri družbi Mobitel, s čimer si poskuša znižati stroške. Tako je na delu ozemlja pričel ponujati svojim končnim uporabnikom storitve izključno preko lastnega omrežja, za katerega je menil, da je izgrajeno v zadostni meri. Kljub temu pa so se nemudoma po izključitvi nacionalnega gostovanja na omrežju Mobitel na omenjenem teritoriju, končni uporabniki Tušmobila pritoževali nad kvaliteto in dostopnostjo storitev, ki se izvajajo izključno preko omrežja operaterja družbe Tušmobil. Uporabniki so na medije naslavljali vprašanja o upravičenosti izključitve nacionalnega gostovanja na tem delu ozemlja, za katero se je Tušmobil odločil in zaradi nezadovoljstva nad kakovostjo storitev iskali načine, kako prekiniti naročniške pogodbe, s katerimi so bili večinoma časovno vezani k pogodbenemu razmerju. Slednje vsekakor potrjuje prepričanje Agencije, da je za primerjavo omrežij potrebno primerjati poleg pokritosti, ki jih dosegajo tudi kakovost in kapacitete, ki jih omogočajo (tudi dostopnost v zaprtih prostorih in vozilih). Tovrstna izkušnja kritik na račun kakovosti omrežja novega vstopnika v Sloveniji ni nova, saj je znana tudi iz primera vstopa družbe Si.mobil na trg. Uporabniki, vajeni kvalitete zagotavljanja storitev že takrat bolj razvitega omrežja Mobitel, so se pritoževali nad slabšo kvaliteto storitev v omrežju Si.mobil.

Lahko predvidimo, da je omrežje družbe Mobitel podvojljivo, vendar bi bila takšna podvojljivost dolgotrajna in bi zahtevala izjemno velika finančna in ostala sredstva, pri čemer bi se nova vstopnika na trgu srečala z ovirami, ki bi lahko imele za posledico njun predčasen izstop iz trga, obstoječa omrežja pa bi tako posledično ostala nepodvojljiva ob zelo visokih potopnih stroških.

Ob tem je pomembno omeniti, da družbi Tušmobil in T-2 obe uporabljata storitev nacionalnega gostovanja pri Mobitelu, torej dostop do omrežja, ki jima v času izgradnje lastnih omrežij omogoča na trgu ponujati storitve na bistveno širšem geografskem območju in bistveno več uporabnikom, kot bi jih lahko zagotavljali zgolj s svojo infrastrukturo. Poudariti pa je treba, da je v času, ko sta se omenjena operaterja pogajala z družbo Mobitel, imela slednja veljavno določbo na trgu 15, po kateri je kot operater s pomembno tržno močjo dolžna zagotavljati dostop do lastnega omrežja in omrežnih elementov pod, v predmetni odločbi določenimi veleprodajnimi cenami. Kljub veljavni odločbi in jasnim obveznostim, ki so iz nje sledila, je Mobitel dostop v obeh primerih omogočil šele na podlagi intervencije Agencije; v primeru Tušmobila v posredovalnem postopku reševanja spora, v primeru T-2 pa po izdaji odločbe v postopku reševanja spora. Družba Mobitel je ves čas reševanja obeh sporov vztrajala pri tem, da ni dolžna zagotavljati omrežnega dostopa v smislu nacionalnega gostovanja (in pri tej trditvi vztraja še danes) in iz tega naslove postavljala komercialne ter tehnične pogoje, kot da ne gre za dostop do regulirane veleprodajne storitve, slednje pa je v pogajanjih z operaterjema pomenilo tudi nepotrebno zavlačevanje, ki bi brez intervencije Agencije imelo za posledico neuspešen poskus vstopa novih operaterjev. Nedvomno je, da dostop, kot ga pri družbi Mobitel trenutno uporabljata operaterja Tušmobil in T-2 ne bi bil mogoč ob odsotnosti *ex ante* regulacije in takojšnje intervencije regulatorja, kar pomeni, da bi bil vstop novih infrastrukturnih konkurentov na trg le malo verjeten, oziroma ga ne bi bilo.

Tudi primerjajoč omrežji operaterjev Mobitel in Si.mobil si moramo torej postaviti vprašanje, ali je Si.mobil z izgradnjo lastnega omrežja podvojil omrežje Mobitela, ali pa sta omrežji zgolj do neke mere primerljivi. Opazujoč zgolj odstotke pokritosti, ki jih obe omrežji dosegata na posameznih tehnologijah, bi lahko sklepali, da je GSM omrežje družbe Mobitel skoraj podvojeno. Vendar pa pri tem ne smemo zanemariti dodatnega dejstva, ki izhaja iz že navedene razlike med konfiguracijama omrežij družb Mobitel in Si.mobil, pri čemer na primer radijski del omrežja družbe Si.mobil sestavlja skoraj polovica manj baznih postaj kot omrežje družbe Mobitel, kar ima pomemben vpliv na njuno neposredno primerjavo. Si.mobil namreč tako dosega bistveno nižjo kapaciteto omrežja, ki nenazadnje izhaja tudi iz dejstva, da zagotavlja storitve bistveno manjši skupini končnih uporabnikov, ki mu postopoma raste. Nesporno dejstvo je namreč, da je radijsko in jedro omrežje Si.mobila bistveno manjše v primerjavi z Mobitelovim, kar pomeni tudi, da lahko zagotavlja manjše kapacitete v smislu prometa. Tako bi moral Si.mobil za to, da bi novemu vstopniku ponujal veleprodajne storitve dostopa do svojega omrežja in posredovanje klicev iz tega omrežja v enakem obsegu kot Mobitel, v zelo kratkem času opraviti v svojem omrežju tehnične posege in nadgradnje, ki jih družbi Mobitel zaradi razpoložljivih kapacitet in izkušenj, ki jih na tem veleprodajnem segmentu že ima, ni potrebno. Si.mobil bazo končnih uporabnikov na svojem omrežju še vedno počasi povečuje, pri čemer mora omrežne in druge kapacitete učinkovito in smotrno povečevati za bazo lastnih končnih uporabnikov, če naj ohrani ustrezno stopnjo kakovosti, po drugi strani pa družbi Mobitel tržni delež lastnih končnih uporabnikov postopno upada, pri čemer je verjetnost, da bi ji kapacitet na že izgrajenem omrežju primanjkovalo majhna, saj je v preteklosti zadovoljevala potrebe po storitvah večji bazi lastnih uporabnikov. Družba Si.mobil iz povsem tehničnih in logističnih razlogov na veleprodajnem trgu brez velikih, dragih in hitrih posegov (ki bi pomenili nesorazmerno breme) v infrastrukturo ne more podvojiti omrežja družbe Mobitel, kar bi ji omogočilo da bi lahko pričela ponujati enakovredne veleprodajne storitve, še posebej storitve nacionalnega gostovanja in dostop operaterjem navideznih mobilnih storitev.

Na podlagi tega lahko zaključimo, da ima družba Mobitel, kot operater z najbolj razvitim omrežjem, nadzor nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti, kar dokazuje odsotnost učinkovite konkurence na tem trgu, na podlagi ničesar pa ni mogoče sklepati, da v prihodnjem obdobju, ki ga ta analiza obravnava, ta ovira ne bo več prisotna.

#### **6.1.1.2. Potopljeni stroški**

Potopljeni stroški oziroma stroški, ki ne bodo povrnjeni ob morebitnem izstopu iz trga, so ena najbolj pomembnih vstopnih ovir in so relevantni na celotnem sektorju elektronskih

komunikacij, saj so za izgradnjo omrežja in infrastrukture potrebne velike vstopne investicije. Novi vstopnik bo za vstop na trg pripravljen vložiti sredstva le, če bo upravičeno pričakoval, da se mu bodo slednja skozi investicijo v zadevnem času povrnila. Obstoječi operaterji so se s takšnimi stroški investicije že soočili, zato takšnih stroškov v taki meri nimajo več. Posledično so tako v boljšem položaju pred novim vstopnikom in z njim na trgu bistveno lažje tekmujejo. Tovrstna asimetrija med operaterji povzroča novim vstopnikom bistveno težje konkurenčne pogoje nasproti obstoječim operaterjem.

Tako so visoki potopljivi stroški v povezavi z izgradnjo infrastrukture, potrebne za delovanje omrežja, vstopna ovira tudi na upoštevem trgu »dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«. V kolikor se alternativni operater, ki vstopa na trg, odloči, da bo v Sloveniji zgradil novo mobilno omrežje in se kasneje izkaže, da postane projekt iz kateregakoli razloga neuspešen, ne more računati na povrnitev večine investiranih sredstev. Višina potopljenih stroškov raste sorazmerno z velikostjo omrežja, npr. za zagotavljanje ustrezne pokritosti in dodatno tudi zagotavljanjem kapacitet omrežja, tudi ko je določena stopnja pokritosti že dosežena. Poleg tega so v Sloveniji potopljivi stroški relativno visoki tudi zaradi geografske in demografske specifikke, kar v veliki meri povečuje investirana sredstva v infrastrukturo; kar je že bilo podrobneje opisano tudi v poglavju 6.1.1.1. Visoke dodatne stroške, ki izhajajo iz geografske in demografske specifikke ozemlja Slovenije je Agencija denimo upoštevala tudi pri oblikovanju »*bottom-up LRIC*« modela za izračun cene zaključevanja govornih klicev in SMS sporočil v posamičnih javnih mobilnih telefonskih omrežjih in operaterjem javnih mobilnih telefonskih omrežij in je operaterjem te »višje« stroške tudi priznala.

Operater, ki vstopa na trg, je torej soočen z visokimi stroški izgradnje omrežja, poleg tega pa mora za učinkovit in konkurenčen vstop na trg v zelo kratkem času zgraditi omrežje, ki bo po pokritosti in kvaliteti na nivoju obstoječih infrastrukturnih operaterjev. V nasprotnem primeru ne more računati na to, da bi končni uporabniki pričeli uporabljati njegove storitve. V Smernicah Komisija v opombi št. 85 na strani 25<sup>22</sup> navaja primer *Hoffmann-La Roche proti Komisiji*, kjer zapiše: »*Ena od najpomembnejših vrst vstopnih ovir so fiksni stroški. Fiksni stroški so za sektor elektronskih komunikacij zlasti pomembni zaradi dejstva, da so velike naložbe nujne, da se na primer vzpostavi učinkovito elektronsko komunikacijsko omrežje za zagotavljanje dostopovnih storitev, in verjetno je, da se bo le nekaj malega povrnilo, če se bo novi tekmeč odločil, da bo trg zapustil. Vstopne ovire zaostujeta dodatna ekonomija obsega in gostota, ki sta ponavadi značilni za taka omrežja. Tako je verjetno, da bo veliko omrežje vedno imelo nižje stroške kot majhno, kar bo povzročilo, da bo novi tekmeč, da bi zavzel velik delež trga in bil sposoben konkurirati, moral postaviti ceno pod prag rentabilnosti, s tem pa si bo težko povrnil fiksne stroške.*«

Navedeno bi lahko imelo za posledico, bodisi da bi novi operater zaradi grožnje predmetne vstopne ovire na trg ne vstopil, bodisi da se bi nedavni vstopnik ob soočenju z asimetričnimi pogoji v primerjavi z obstoječimi operaterji, ki bi predstavljali nepremostljivo oviro in bi mu onemogočili konkurenčno nastopanje na trgu, odločil za predčasen izstop iz trga, še preden postanejo vložena sredstva še večja, ne bi pa mogel računati na njihovo povrnitev.

Na podlagi navedenega Agencija ugotavlja, da so v Sloveniji na upoštevem trgu »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« prisotni visoki potopljivi stroški povezani z vzpostavljanjem mobilnega omrežja, kar predstavlja visoko vstopno oviro, ki lahko prepreči vstop ali ogrozi obstoj novih operaterjev, ki bi jim potopljivi stroški, v obliki takojšnje in celotne investicije v lastno infrastrukturo, predstavljali preveliko enkratno breme za vstop ali obstoj na trgu.

---

<sup>22</sup> Commission guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the Community regulatory framework for electronic communications networks and services (2002/C 165/03)

Mobitel in Si.mobil se ne srečujeta s takšnimi stroški kot novo vstopajoči mobilni operaterji, saj imata oba že razvito infrastrukturo, razvejano po območju celotne države, medtem ko morata nova operaterja v izgradnjo konkurenčnih in primerljivih omrežij vlagati velika sredstva v zelo kratkem časovnem obdobju. Prav doseganje stopnje pokritosti ozemlja in kvalitete omrežja, ki je tesno povezana s kapaciteto slednjega, to visoko vstopno oviro novima vstopnikoma še povečuje. Ob tem morata istočasno s storitvami in njihovimi maloprodajnimi cenami konkurirati na maloprodajnem trgu, kjer sta bila ob svojem prihodu soočena s pomembnim znižanjem maloprodajnih cen tako Mobitela kot tudi Si.mobila, na kar sta se morala primerno odzvati, če naj bosta za končne uporabnike cenovno zanimiva. Ker se Mobitel in Si.mobil zavedata visokih vstopnih stroškov Tušmobila in T-2, vesta, da lahko takšen maloprodajni pritisk sama veliko lažje in dlje zdržita kot nova konkurenta, saj sama nista več soočena z bistvenim delom stroškov, s katerim se ob vstopu srečujeta nova infrastrukturna operaterja. Glede na navedeno dejstvo lahko ta vzvod uporabita v še večji in bolj usodni meri in ob bistveno nižjih stroških na maloprodajnem trgu postavita takšne pogoje, ki bi nova operaterja, pa tudi obstoječa ponudnika storitev Debitel in Izimobil izčrpali bistveno prej kot njiju, kar bi imelo za posledico predčasen umik Tušmobila in T-2 s trga, saj bi tako želela svojo izgubo zmanjšati, zavedajoč se, da takšnega cenovnega pritiska niti na relativno kratek rok ne bosta mogla zdržati, ob tem pa znatna sredstva vlagati še v lastno omrežje in plačevati veleprodajne cene za dostop do omrežja Mobitel. Posledično bi lahko tak cenovni pritisk na maloprodaji iz trga izrinil tudi Izimobil in Debitel, kar bi pomenilo, da bi na trgu ostala samo Mobitel in Si.mobil, ki bi jima tako ostali vsi prihodki od opravljanja storitev za končne uporabnike.

Da je prihod novih infrastrukturnih operaterjev na trg prinesel pomembne spremembe v oblikovanju maloprodajnih cen, je v 14. implementacijskem poročilu ugotovila tudi Evropska komisija, ki navaja občutno znižanje cen v Sloveniji med letoma 2007 in 2008. Tako se je tipična uporabniška cena za povprečno uporabo mobilnih storitev znižala za skoraj 4€ na mesec; iz 19,28€ na 15,51€, pri čemer je v povprečju v Evropski uniji v letu 2008 znašala 19,49€. <sup>23</sup>

Operater, ki vstopi na trg, je poleg visokih potopnih stroškov, ki bi jih predstavljala izgradnja novega omrežja, soočen tudi s stroški povezanimi s trženjem svoje znamke in storitev. Obstoječa operaterja na trgu, še posebej pa Mobitel, imata oba zelo razpoznavni imeni. V primeru družbe Mobitel, ki je na trg vstopila že leta 1991 s tehnologijo prve generacije, NMT, je v Sloveniji ime »mobitel« postalo že splošno generično ime za mobilni terminal, kar pomeni, da je znamka zelo prepoznavna in cenjena. Tudi v primeru družbe Si.mobil, ki je na slovenskem trgu prisotna že deseto leto, je znamka »Si.mobil Vodafone« zelo dobro poznana.

Novi vstopniki morajo na trgu na področju mobilnih storitev pri končnih uporabnikih šele pridobiti zaupanje v svojo znamko, četudi uporabnikom ni povsem tuja. Šele s kakovostnimi storitvami si lahko operater zagotovi določeno stopnjo ugleda in seveda prepoznavnost. Slednjo je mogoče v začetku delovanja doseči zgolj z intenzivnim oglaševanjem po različnih kanalih, ker je le na ta način mogoče doseči prepoznavnost pri čim večjem številu ljudi. Stroški oglaševanja so izjemno visoki, ni pa mogoče računati, da bi se ti stroški ob morebitnem izstopu iz trga kakorkoli povrnili.

Glede na navedeno lahko zaključimo, da potopljeni stroški kasnejšim vstopnikom na trg ali potencialnim novim operaterjem predstavljajo visoko vstopno oviro in kot takšni na tem trgu so prisotni, kar je Agencija dokazala tudi skozi odslikavo dogajanja na trgu, kar skupaj kaže na odsotnost učinkovite konkurence na trgu. Obenem pa ni mogoče sklepati, da bi v

<sup>23</sup> Towards a Single European Telecoms Market: Focus on Slovenia, Country Factsheets, [http://ec.europa.eu/information\\_society/doc/factsheets/14thimplementation/14th-progress-report-si-final.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/doc/factsheets/14thimplementation/14th-progress-report-si-final.pdf), dostop na dan 26.3.2009

prihodnjem obdobju, ki ga predmetna analiza obravnava, ta vstopna ovira ne bila več prisotna oziroma bistveno omiljena.

### **6.1.1.3. Ekonomije obsega in ekonomije povezanosti**

Ekonomije obsega so značilne za proizvodne procese, ki vsebujejo visoke fiksne stroške, kar je ena od značilnosti trgov elektronskih komunikacij. Ekonomije obsega lahko predstavljajo bistveno oviro za vstop na trg ali prednost obstoječih konkurentov. Ekonomije obsega obstajajo takrat, ko povečanje proizvodnje pripelje do padca stroškov na enoto. To je značilnost proizvodenj, ki temeljijo na tehnologijah z relativno visokimi fiksnimi stroški in nizkimi variabilnimi stroški, kamor mobilna telefonija nedvomno sodi. Ekonomije obsega obstoječih operaterjev tako nedvomno predstavljajo vstopno oviro za nove vstopnike na trg. Obstoječi operaterji imajo tak obseg omrežja, da so dosegli njegovo optimalno uporabo ali pa se ji precej približali. Nov operater mobilnega omrežja potrebuje precej časa, da pridobi zadostno bazo uporabnikov in ne more pričakovati, da bo imel ob prihodu na trg ali v zelo kratkem času po prihodu koristi od enake ekonomije obsega kot obstoječi operater. Slednje pomeni, da se novi vstopnik na trgu srečuje s situacijo, ko zaradi majhnega nabora uporabnikov ne more pokriti niti fiksnih stroškov, ki so na tem trgu visoki, nikakor pa z majhno bazo uporabnikov ne more doseči situacije, ko bi količina zagotovljenih storitev lahko znižala strošek na enoto. Slednje postavlja takšnega operaterja v položaj, ko je na trgu bistveno manj konkurenčen od obstoječih operaterjev, saj je v primerjavi z operaterji, ki razpolagajo z zadovoljivimi ekonomijami obsega v situaciji, ko so njegovi stroški za zagotavljanje enakih ali podobnih storitev bistveno višji od konkurentovih. Če bi tak operater želel z maloprodajnimi cenami pokriti vse stroške, ki jih za zagotavljanje predmetne storitve ima in na takšno ceno dodati še ustrezno maržo, bi to pomenilo, da bi na trgu nastopal s popolnoma nekonkurenčno maloprodajno ponudbo. Tak vstop na trg bi bil popolnoma nesmiseln in vnaprej obsojen na neuspeh.

Obstoječa operaterja, ki sta na trgu prisotna že dolgo časa in na njem nastopata z lastno infrastrukturo, imata na maloprodajnem trgu bistveno višja tržna deleža kot nova vstopnika. Pri tem je tržni delež Mobitela bistveno višji od vseh ostalih konkurentov. Ob dejstvu, da bistveni del stroškov omrežja operaterju predstavljajo fiksni stroški, ki nastanejo le v manjši meri v odvisnosti od tega, kakšen obseg storitve operater zagotavlja, ali povedano drugače, kolikšnemu delu uporabnikov, oziroma v kakšnem obsegu zagotavlja storitve, je mogoče trditi, da sta glede na bazo uporabnikov obstoječa operaterja bistveno bolj učinkovita, pri učinkovitosti pa glede na dosežene najvišje ekonomije obsega bistveno prednjači Mobitel. Slednje pomeni, da je strošek na enoto prav zaradi bistveno višjih ekonomij obsega nižji, kar omogoča na nivoju vertikalno povezanih maloprodajnih enot oblikovati nižje maloprodajne cene ob večjih maržah, kot sta to sposobna narediti nova vstopnika, ali potencialni novi vstopnik, ki ob pokrivanju visokih fiksnih stroškov, izgradnji lastnega omrežja in plačevanja veleprodajnih storitev dostopa z oblikovanjem maloprodajnih cen, ki morajo biti konkurenčne, deluje celo pod stroški. Ob tem je treba tudi na tem mestu poudariti, da na slednje v veliki meri vpliva prav zrelost trga in njegova visoka stopnja penetracije, kar pomeni, da morajo novi vstopniki veliko večino uporabnikov privabiti k sebi od obstoječih operaterjev. Z drugimi besedami to pomeni, da mora biti novi vstopnik ob ovirah, ki mu jih nedoseganje ekonomij obsega predstavlja, na trgu konkurenčnejši od operaterjev, da bi lahko k sebi privabil zadostno število uporabnikov in tako pridobil na ekonomijah obsega.

Novi operater bi si sicer lahko poskušal znižati fiksne stroške na način, da bi omrežje postavil zgolj na območjih, ki so gosto naseljena in kjer je izgradnja omrežja cenejša ter tudi iz drugih vidikov manj zahtevna. Na urbanih območjih je namreč upravičeno pričakovati več prometa, kar pomeni, da se investicije pokrijejo bistveno hitreje kot na redko poseljenih območjih, kjer operater ne more računati na obseg prometa, ki bi mu v doglednem času pokrival investicijo. Glede na demografsko in topološko sliko Slovenije, bi ob takšnem



planiranju omrežja operater morebiti lahko celo zadostil pogojem o pokritosti prebivalstva. Ob tako postavljenem omrežju bi si novi operater lahko bistveno znižal vstopne stroške in lažje dosegel zadovoljive ekonomije obsega, s čimer bi lahko prej bolj konkurenčno nastopil na trgu. Vendar pa je glede na razvitost trga v Sloveniji in glede na upravičena pričakovanja končnih uporabnikov o dosegljivosti in pokritosti mobilnega omrežja operaterja, ki jim nudi storitve, ki so posledica visokih standardov, ki jih že več kot desetletje postavlja predvsem Mobitel, neupravičeno pričakovati, da bi končni uporabniki sprejeli takšno geografsko »racionaliziranje« ponujanja storitev novega ponudnika. Glede na visoko stopnjo penetracije, ki konec leta 2008 znaša nekaj čez 100%, kar pomeni, da uporablja velika večina prebivalcev Slovenije mobilni terminal in ima torej svojega ponudnika storitev, je jasno, da morajo novi vstopniki skoraj v celoti računati na uporabnike, ki bodo ob obstoječih ponudnikov storitev prešli k njim. Da pa bi uporabnik zapustil trenutnega ponudnika storitev, mora pri novem računati vsaj na ekvivalentno ponudbo, ne le s cenovnega vidika, temveč tudi z vidika pokritosti z omrežjem ter kvalitete in kapacitet, ki jih ta zagotavlja, na nazadnje pa tudi ponujenih storitev. Uporabniki, ki za dostop do storitev uporabljajo omrežje Mobitel, lahko dostopajo do kakovostnih storitev na skoraj 85% ozemlja Slovenije, uporabniki Si.mobila pa na 80% ozemlja Slovenije. Malo verjetno je, da bi se sprijaznili s tem, da bi lahko pri novem operaterju storitve uporabljali na bistveno manjšem območju, kar bi v bistveni meri vplivalo na njihovo odločitev, da k temu operaterju ne bodo prešli. Tako bi se operater, ki bi želel biti z vidika doseganja zadovoljivih ekonomij obsega racionalen v smislu načrtovanja in izgradnje mobilnega omrežja srečal z dejstvom, da tudi v urbanih območjih ne bi imel uporabnikov, saj bi ti ostali pri obstoječih ponudnikih.

Ekonomije obsega in povezanosti je mogoče meriti tudi na nivoju učinkovitega pokrivanja administrativnih stroškov in ne zgolj na nivoju omrežja. Operater se srečuje tudi s stroški prodaje, služb za pomoč in podporo uporabnikom, obračunskih (*billing*) služb in sistemov, administracije in podobno. Ti stroški so z ekonomijami obsega sicer povezani v manjši meri kot omrežni, ne glede na to pa niso nepomembni. Predvsem Mobitel, do določene mere pa tudi že Si.mobil sta v času delovanja dosegla bazo uporabnikov, ki jima posledično omogoča tudi učinkovitejše vodenje administracije podjetja. Povedano drugače, zaradi ekonomij obsega in povezanosti, lahko učinkovitost delovanja preneseta tudi na dele, ki se ne tičejo strogo infrastrukturnega dela podjetja, temveč obsegajo tudi stroške prodaje, služb za pomoč in podporo uporabnikom, *billing* sistemov, ostale administracije podjetja in podobno. Pri tem je potrebno poudariti, da je družba Mobitel del sistema Telekom Slovenije d.d., matične družbe, ki je tako vodilni ponudnik fiksnih in širokopasovnih storitev v republiki Sloveniji z najbolj razvejanim fiksnim hrbteničnim in dostopovnim omrežjem. Družba Si.mobil d.d. je v 100% lastništvu družbe mobilkom austria, mobilnega segmenta skupine Telekom Austria. Družba mobilkom austria je v Si.mobil začela investirati februarja 2001 in postala 100-odstotni lastnik maja 2006.

Slovenska specifika, s katero se srečujejo vsi ponudniki storitev, je tudi v tem, da je trg končnih uporabnikov relativno majhen in v osnovi obsega nekaj več kot dva milijona končnih uporabnikov. Glede na visoke fiksne stroške, omejeno število uporabnikov in visoko stopnjo penetracije Agencija ugotavlja, da predstavljajo ekonomije obsega pomembno vstopno oviro za nove vstopnike na trg. S to oviro se še vedno srečujeta Tušmobil in T-2 takšnih ekonomij obsega, ne dosejata, kar ju spravlja v bistveno slabši položaj in jima predstavlja visoko vstopno oviro. Pri tem je treba poudariti, da so kljub temu ekonomije obsega družbe Mobitel daleč najvišje od vseh operaterjev, ki nastopajo na slovenskem trgu, kar pomeni, da jih pri svojem delovanju lahko izkorišča v bistveno večji meri kot Si.mobil, Tušmobil, T-2 in ponudnika storitev / preprodajalca; Debitel in Izimobil. Družba Mobitel razpolaga z največjimi volumni enot prometa v svojem omrežju, posledično pa tudi z najvišjimi prihodki, kar je podrobneje prikazano v nadaljevanju v poglavju, ki analizira tržne deleže operaterjev.

Zgoraj opisani načini poslovanja kažejo tudi na ekonomije povezanosti. Te obstajajo, če so povprečni stroški na proizvod oziroma storitev nižji zaradi tega, ker se storitve izvajajo s strani istega podjetja skupaj, oziroma v povezavi z drugimi storitvami. Navedeno torej znižuje

stroške zagotavljanja posamezne storitve, oziroma vodi do nižjega povprečnega stroška na enoto. Ekonomije povezanosti so prisotne tam, kjer se storitve zagotavljajo preko enotnega omrežja, pri čemer se zmogljivost omrežja lahko deli na več storitev. Ekonomije povezanosti predstavljajo oviro za vstop novih konkurentov ali prednost obstoječih konkurentov. V primeru, da operater opravlja maloprodajne in grosistične storitve preko istih elementov omrežja, pomeni njegov velik tržni delež na maloprodajnem trgu tudi možnost, da postavlja boljše pogoje na veleprodajnem trgu. Prednosti, ki jih ekonomije povezanosti prinašajo operaterju, je mogoče iskati denimo tudi med hkratno uporabo tehnologij GSM in UMTS. Obe namreč v določeni meri uporabljata elemente istega jedrnega omrežja, kot so denimo zakupljeni vodi v jedrnem omrežju, prav tako pa tudi lokacije omrežne opreme, antenske stolpe, kontejnerje in podobno. Poleg tega k ekonomijam povezanosti prispeva tudi nabor različnih storitev, ki jih operater ponuja preko enotnega omrežja, kar prispeva k delitvi stroškov infrastrukture.

Glede na to, da obstoječa operaterja prek lastnih omrežij ponujata več storitev kot nova vstopnika, kar je posledica dejstva, da sta na trgu prisotna dlje časa in lahko več sredstev vlagata v razvoj novih storitev tudi preko novih tehnologij in zaradi povezanosti z mednarodnimi podjetji, lahko ekonomije povezanosti na predmetnem trgu izkoriščata v smislu zniževanja stroškov v bistveno večji meri, kot lahko to počneta Tušmobil in T-2, ki glede na svoj nedavni vstop storitve šele razvijata in v njihovem naboru zaostajata. Tozadevno ne moreta dosegati takšnih ekonomij povezanosti kot njuna konkurenta, kar ju postavlja v asimetričen položaj, ni pa pričakovati, da bi v obdobju prihodnjega obdobja, ki ga obravnava predmetna analiza, navedena vstopna ovira prenehala obstajati. Tudi pri ekonomijah povezanosti je mogoče ugotoviti prednosti družbe Mobitel, ki jih konkurenti Si.mobil, Tušmobil, T-2, Debitel in Izimobil težje sledijo in izkoriščajo. Slednje v 14. implementacijskem poročilu ugotavlja tudi Evropska komisija, ko navaja, da so kot odgovor konkurenčnemu pritisku nekateri igralci na trgu pričeli posnemati agresivne tržne pristope glavnega igralca na trgu, da bi pridobili uporabnike. Kljub temu pa je nekatere storitve prevladujočega mobilnega operaterja, kot so storitve mobilne TV in storitve, ki uporabljajo HSDPA tehnologijo, le težko posnemati. Ekonomije obsega, kot jih lahko izkorišča družba Mobitel, tako predvsem za nove vstopnike pomenijo oviro.

#### **6.1.1.4. Tehnološke prednosti ali superiornost**

Tehnološke prednosti lahko predstavljajo oviro za vstop na trg ali prednost za obstoječe konkurente, na primer zaradi nižjih stroškov produkcije in zaradi večje raznolikosti produktov. Na trgih z večjo stopnjo tehnoloških inovacij je možnost obstoja pomembne tržne moči veliko bolj omejena kot na trgih z nizko stopnjo tehnoloških inovacij. Inovacija, ki je posledica tehnološkega razvoja, torej zmanjšuje tržno moč obstoječih operaterjev.

Tehnološki napredek bi lahko dal denimo novim vstopnikom na trg možnost zgraditi omrežja na lažji način, kot so jih zgradili obstoječi operaterji (v primeru, da bi bili vsi ostali pogoji enaki). Večji tehnološki napredek bi lahko torej pomagal zmanjšati vstopne ovire na trgu mobilnih komunikacij.

Ni mogoče računati na takšen tehnološki napredek v zvezi s tehnologijami GSM in UMTS, ki bi imel za posledico bistvene inovativne grožnje novih konkurentov. Bistvena ovira pri izgradnji omrežja so še vedno v največji meri lokacije za postavitve omrežja in vse pravne ovire, ki iz tega sledijo (pridobitev služnosti, upravnih dovoljenj lokalnih skupnosti in državnih organov, itd). V zvezi z GSM tehnologijo ne moremo trditi, da imata kasnejša vstopnika možnost izkoriščati takšne tehnološke prednosti, ki bi ju pred družbama Mobitel in Si.mobil postavljale v privilegiran položaj. Tehnologija, ki temelji na standardu GSM je dosegla takšno stopnjo zrelosti, da v zvezi z njo ni pričakovati bistvenih inovativnosti. GSM, kot tehnologija druge generacije je bila nadgrajena v tako imenovano 2,5 generacijo s HSCSD, GPRS in EDGE, ki so pomenili bistvene premike v smislu podatkovnega prenosa, bistvene tozadevne spremembe pa so se zgodile že pred časom. Tehnologija, temelječa na standardu UMTS je

še relativno mlada, kar pomeni, da se v zvezi z njo še pojavljajo nadaljnje inovacije. Tako je bila osnovna tehnologija UMTS v preteklih letih že nadgrajena v tako imenovano 3,5 generacijo s HSDPA, ki omogoča višje hitrosti prenosa podatkov v mobilnem omrežju proti uporabniku in HSUPA, ki omogoča višje hitrosti prenosa podatkov v mobilnem omrežju od uporabnika proti omrežju. Glede tehnologij tretje generacije prav tako ne moramo govoriti o tehnoloških prednostih, ki bi jih imeli novi ali kasnejši vstopniki pred obstoječima operaterjema, ki na omenjeni tehnologiji delujeta nekoliko dlje časa, saj je tehnologija relativno mlada, od njenega razvoja in inovacij na tem področju pa lahko imajo koristi tako obstoječi operaterji, kot potencialni novi vstopniki. S tega vidika tako ni mogoče zaključiti, da je vstop novih ali kasnejših operaterjev lažji ali učinkovitejši, ali da bi imeli slednji iz tega vidika upoštevanja vredno prednost pri prihodu na trg. Ob tem je treba poudariti, da sta bila Mobitel in Si.mobil v marsičem pionirja. Na področju razvoja druge in tretje generacije velja to še posebej za Mobitel, tako v Sloveniji, kot tudi širše saj je nekatere tehnologije, temelječe tako na GSM kot tudi na UMTS standardih vpeljeval med prvimi v svetu, kar ga nasproti nedavnima vstopnikoma postavlja do določene mere v privilegiran položaj, saj tozadevno razpolaga z bistveno bogatejšimi izkušnjami, prav tako pa s tehnološko bolj dodelanimi omrežjema in izdelanimi spremljajočimi storitvami, ki na teh tehnologijah temeljijo. Primerjajoč infrastrukturo družb Mobitel in Si.mobil z infrastrukturo Tušmobila in T-2, je mogoče zaključiti, da sta tehnološko omrežji prvih dveh, še posebej pa Mobitelovo celostno bistveno bolj razviti, predstavljata namreč zlitje standardov in tehnologij druge in tretje generacije ter kot taki v danem trenutku postavljata Mobitel in Si.mobil v bistveno boljši položaj v primerjavi z novima vstopnikoma. Glede na to, da jima je tako omrežje druge (in tudi njegovo nadgradnjo), kot tudi omrežje tretje generacije (ter njegovo nadgradnjo) dobavljal isti proizvajalec (za Mobitel podjetje Ericsson in za Si.mobil podjetje Siemens), sta si obe družbi kot dolgoletna kupca opreme sposobna zagotoviti pomembne popuste pri nabavi in druge ustrezne tozadevne ugodne pogoje. Nova vstopnika sta kot kupca v slabši pogajalski poziciji, saj ju z njihovima dobaviteljema veže bistveno krajše partnerstvo in stopnja zaupanja, zato je manj verjetno, da lahko za nabavo opreme s pogajanjem dosežeta primerljive ugodnosti, po drugi strani pa je res tudi, da se je nabava določenih omrežnih elementov z leti pocenila.

V tehnološko prednost pred novima konkurentoma pa Mobitel in Si.mobil postavlja tudi dejstvo, da sta sama sposobna v veliki meri razvijati storitve, ki jih nudita svojim uporabnikom na domačem trgu in na drugih trgih, kjer nastopata. Sem še posebej spada primer Mobitela in podjetja v njegovi lasti Planet9, ki se ukvarja s produkcijo mobilnih in spletnih vsebin in storitev, pa tudi Si.mobilove povezanosti z mobilkomom in družbo Vodafone, ki sta tudi globalno vodilni na področju storitev (npr. mobilni portal Vodafone live). S tega vidika sta lahko Mobitel in Si.mobil tehnološki inovativnosti sledila postopoma, temu primerno pa sta razvijala in na trgu ponujala tudi spremljajoče maloprodajne storitve. Te prednosti razvijanja v času kasnejši ali potencialni novi vstopniki nimajo, saj se z vidika končnih uporabnikov pričakuje, da bodo na maloprodajnem trgu ponudili storitve temelječe na sodobnih tehnologijah v takšnem obsegu in kakovosti, kot jim to že ponujajo obstoječi konkurenti. Kasnejša vstopnika Tušmobil in T-2 namreč nimata v zadostni meri za neodvisno delovanje na trgu izgrajene niti lastne infrastrukture. Tozadevno ni mogoče zaobiti dejstva, da sta Mobitel in Si.mobil tehnološko v prednosti. Pri tem je, tudi v luči bistveno bolj razvitega omrežja tretje generacije, nadgrajenega tako z tehnologijama HSDPA in HSUPA in največjo pokritostjo in kapaciteto GSM in UMTS omrežja, prednost Mobitela vsekakor večja.

Slednje gotovo predstavlja vstopno oviro kasnejšim in novim vstopnikom na predmetni trg, ki ni zanemarljiva. Prav iz tega razloga dokument Skupine evropskih regulatorjev *ERG Report on Guidance on the application of the three criteria test*, navaja, da naj bi alternativni operaterji imeli dostop do tehnologije uporabljene s strani prevladujočega operaterja in naj bi tekmovali z enakimi tehnologijami, saj določitev obveznosti operaterskega dostopa zmanjšuje to strukturno oviro, ki, kot je bilo pokazano zgoraj, obstaja.

### 6.1.1.5. Stopnja vertikalne integracije

Smernice Komisije o analizi trga in oceni pomembne tržne moči obravnavajo integracijo kot vzvod tržne moči. Z vzvodom se razume kakršnokoli obnašanje s katerim podjetje, ki ima to moč, to prenese na drug potencialno konkurenčen trg. Ker je vzvod poskus izrinjanja tekmecev iz potencialno konkurenčnega trga, omejitev njihove prodaje oziroma dohodkov ali zgolj oviranje tekmecev pri vstopu na trg, se ga razume tudi kot obliko izključevanja konkurentov. Vertikalni vzvod se lahko definira tudi kot vsaka praksa prevladujočega podjetja, ki nekaterim uporabnikom odreka dostop do nujnih *inputov*, oziroma vhodnih storitev z namenom vzdrževanja prevladujoče tržne moči in to moč iz enega segmenta trga (segment ozkega grla) prenaša na drug trg (potencialno konkurenčen trg). Ker vzvod povzroča tržno moč na potencialno konkurenčnem trgu, je običajno škodljiv za celotno družbeno blaginjo.

Vertikalno integrirano podjetje bo skozi svoj tržni položaj na veleprodajnih in maloprodajnih trgih onemogočalo vstop na trg potencialnim konkurentom, oziroma se bo obnašalo nekonkurenčno proti obstoječim alternativnim operaterjem. Na ta način bo samo še okrepilo tržno moč na relevantnem trgu. Posledično se bo na maloprodajnem trgu konkurenca poslabšala kot posledica transferja tržne moči z veleprodajnega na maloprodajni trg. Problematika vertikalne integracije je relevantna za celotno vrednostno verigo, od lastništva omrežja (stolpov, lokacij, kontejnerjev) do baze končnih uporabnikov.

Vertikalna integracija lahko potencialno negativno vpliva na blaginjo končnih uporabnikov, saj v končni fazi omogoča neomejeno zviševanje cen in/ali nižanje kakovosti storitev in produktov. V primeru, ko relevantni upoštevni trg ne bi bil reguliran, bi vertikalno integrirani operaterji z zadostno močjo na trgu onemogočili dostop alternativnim operaterjem in novim vstopnikom na trg na veleprodajnem trgu oziroma jih izrinili iz trga, s tem pa tudi z maloprodajnega trga.

Skladno z dokumentom Skupine evropskih regulatorjev *ERG Report on Guidance on the application of the three criteria test* razpoložljivost reguliranih veleprodajnih storitev omogoča, da novi vstopniki postopoma razvijajo svoje omrežje na osnovi omrežja prevladujočega operaterja, saj določitev obveznosti operatorskega dostopa zmanjšuje to strukturno oviro.

Dostop in posredovanje klicev lahko teoretično ponujajo štirje operaterji z lastnim javnim mobilnim telefonskim omrežjem na ozemlju Republike Slovenije, ki so vsi tudi vertikalno integrirani. Vendar na podlagi povedanega ni moč sklepati, da lahko vertikalno integracijo v enaki meri kot vstopno oviro izkoriščajo vsi štirje operaterji. Pomembno dejstvo pri navedenem je, da Tušmobil in T-2 pri družbi Mobitel kupujeta veleprodajno storitev nacionalnega gostovanja, ki jima omogoča nastopanje na maloprodajnem trgu. Razvitost njunih omrežij ne dosega stopnje, pri kateri bi lahko navedena operaterja dejstvo, da na trgu delujeta vertikalno integrirano, uporabljala kot vzvod tržne moči, saj se na trgu ne moreta obnašati neodvisno od drugih igralcev. V bistveno drugačnem položaju je v tem primeru Mobitel, v določeni meri pa tudi Si.mobil, ker prav tako delujeta vertikalno integrirano, pri čemer na veleprodajnem trgu lahko delujeta v veliki meri neodvisno, ta vzvod pa lahko posledično prenašata tudi na delovanje na maloprodajnem trgu. Ker Mobitel in Si.mobil delujeta tako na maloprodajnem kot na veleprodajnem trgu vsaka zase integrirano, imata interes na obeh trgih postavljati takšne pogoje, ki bi tekmečem bodisi onemogočali vstop na trg, bodisi jih iz trga izrinili. Primer slednjega lahko najdemo ob poskusu dostopa novih vstopnikov (zahteva po storitvi nacionalnega gostovanja s strani Tušmobila in T-2) do omrežja Mobitel, ki je bil v danem primeru na podlagi odločbe na trgu 15 tak dostop dolžan zagotoviti po takšni veleprodajni ceni, ki operaterju, ki uporablja storitev dostopa na trgu, omogoča oblikovati takšne maloprodajne cene, na podlagi katerih lahko konkurenčno nastopi na maloprodajnem trgu. Obe razumni zahtevi sta bili zavrnjeni. Na zahtevo Tušmobila je Mobitel trdil, da ni dolžan zagotavljati storitve nacionalnega gostovanja in je očitno zavračal dostop. Z odrekanjem dostopa do svojega omrežja je preprečeval vstop na trg novemu

infrastrukturnemu operaterju, s čimer si je posledično želel zadržati tržni delež in posledično tudi prihodke na maloprodajnem trgu, posebej ob upoštevanju dejstva, da gre za zrel trg z visoko stopnjo penetracije, kar pomeni, da bi novi vstopnik uporabnike pridobil predvsem s strani obstoječih ponudnikov, torej tudi Mobitela. V kolikor bi Mobitel ne deloval vertikalno integrirano in bi veleprodajne storitve dostopa do omrežja in posredovanja klicev iz tega omrežja ponujala ločena družba, ki bi bila neodvisna od maloprodajne enote, bi takšna družba gotovo imela interes potencialnega kupca veleprodajnih storitev pridobiti na svojo stran, saj bi v tem videla veleprodajni prihodek. Ker pa je družba Mobitel vertikalno integrirana, je v tem primeru pretehtal interes maloprodaje in miselnost, da je večji prihodek mogoče pričakovati z naslova maloprodaje kot iz naslova veleprodaje. Povedano z drugimi besedami, če Tušmobil zaradi onemogočanja dostopa do veleprodajnih storitev Mobitela ne bo vstopil na trg, bo Mobitel obdržal tiste končne uporabnike, ki bi ob vstopu Tušmobila morebiti prešli k njemu. Iz naslova maloprodajnih prihodkov teh končnih uporabnikov, ki bodo z odrekanjem veleprodajnega dostopa družbi Tušmobil ostali na Mobitelovem omrežju, pa si je Mobitel tudi dolgoročno obetal bistveno večje prihodke, kot bi jih dobil z veleprodajnimi prihodki družbi Tušmobil. Ob tem je treba upoštevati dejstvo, da je prenos vertikalne moči treba gledati dolgoročno. Istočasno lahko namreč isti operater maloprodajne cene zniža na nivo, ko bi lahko z veleprodajo sicer iztržil več kot z znižanimi maloprodajnimi cenami (kar spet kaže na vertikalno integracijo kot prisotno vstopno oviro), vendar se zaveda dejstva, da bo ob uspešnem odrekanju dostopa na maloprodajnem trgu uspel v veliki meri ohranjati zelene tržne deleže, kar bo v končni fazi lahko izkoristil za dvig maloprodajnih cen. Enak učinek lahko operater doseže tudi z odobritvijo dostopa, vendar po nerazumljivo visokih cenah. Družba Mobitel, ki tudi ob zahtevi po dostopu operaterja T-2 ni priznavala, da gre tudi v primeru zahteve po nacionalnem gostovanju za regulirano storitev, slednje ni želela ponuditi pod reguliranimi (cenovnimi) pogoji, za to je o tem morala v postopku reševanja spora odločati Agencija. Na ta način je družba Mobitel, ki je bila v danem trenutku na trgu 15 sicer podvržena *ex ante* regulaciji, poskušala izkoristiti vzvod vertikalne integracije kot vstopne ovire za obstoječe operaterje. Na ta način je poskušal veleprodajni vertikalno integrirani del družbe preprečiti eventualni izpad prihodka maloprodajnega vertikalno integriranega dela iste družbe, ki bi se zgodil ob zmanjšanju njenega maloprodajnega tržnega deleža zaradi prihoda novih konkurentov na trg.

V danem primeru, ko je bilo očitno, da na trg poskušata vsak zase vstopiti dva nova operaterja, ki za delovanje nujno potrebujeta dostop do omrežja, ki je infrastrukturno razvito, tudi družba Si.mobil ni z nobenim od novo vstopajočih operaterjev dogovorila dostopa do svojih veleprodajnih storitev dostopa do lastnega omrežja. Sicer bi bilo mogoče sklepati, da je Si.mobil tako ravnal iz vzgibov izkoriščanja lastne vertikalne integracije kot vstopne ovire za nova operaterja, kot je bilo navedeno zgoraj. Vendar pa pri tem ne smemo zanemariti dodatnega dejstva, ki izhaja iz že opisane razlike med omrežjema družb Mobitel in Si.mobil, ki lahko pomeni bistveno razliko pri možnosti izkoriščanja vertikalne integracije kot vstopne ovire za nove operaterje.

Namreč, omrežje družbe Si.mobil sicer dosega stopnjo pokritosti prebivalstva in ozemlja Republike Slovenije, ki je primerljiva z omrežjem Mobitela, vendar je pri tem pomembno dejstvo, da Si.mobil obe pokritosti zagotavlja z bistveno nižjim številom baznih postaj kot družba Mobitel in bistveno nižjo kapaciteto omrežja, ki nenazadnje izhaja tudi iz dejstva, da zagotavlja storitve bistveno manjši skupini končnih uporabnikov, ki mu le postopoma raste. Nesporno dejstvo je namreč, da je radijsko in jedrno omrežje Si.mobila bistveno manjše v primerjavi z Mobitelovim, kar pomeni tudi, da lahko zagotavlja manjše kapacitete v smislu prometa. Tako bi moral Si.mobil za to, da bi novemu vstopniku ponujal veleprodajne storitve dostopa do svojega omrežja in posredovanje klicev iz tega omrežja v enakem obsegu kot Mobitel, v zelo kratkem času opraviti v svojem omrežju tehnične posege in nadgradnje, ki jih družbi Mobitel zaradi razpoložljivih kapacitet in izkušenj, ki jih na tem veleprodajnem segmentu že ima, ni potrebno. Si.mobil bazo končnih uporabnikov na svojem omrežju še vedno povečuje, pri čemer se posledično srečuje s pomanjkanjem omrežnih in drugih kapacitete že za bazo lastnih končnih uporabnikov, pri čemer jih mora smotrno povečevati,

če naj ohrani ustrezno stopnjo učinkovitosti, po drugi strani pa družbi Mobitel tržni delež lastnih končnih uporabnikov postopno upada, pri čemer ji posledično kapacitet na omrežju ne more manjkati, saj je v preteklosti zadovoljevala potrebe po storitvah večji bazi lastnih uporabnikov kot sedaj. Glede na navedeno lahko ugotovimo, da lahko stopnjo vertikalne integracije kot vstopno oviro neprimerno lažje in v večjem obsegu izkorišča Mobitel, tudi vsled dejstva, da družba Si.mobil iz povsem tehničnih in logističnih razlogov ne na drugi strani na veleprodajnem trgu brez večjih in hitrih posegov v infrastrukturo ne more ponujati enakovredne storitve, kar kaže, da na trgu tozadevno učinkovite konkurence ni, saj lahko tozadevne oblike veleprodajnega dostopa brez dodatnih večjih posegov, ki bi ji pomenili nesorazmerno breme in z razpoložljivim omrežjem ponuja le družba Mobitel.

Ob prisotnosti učinkovite konkurence na trgu, kjer bi enakovredne veleprodajne storitve lahko ponujal več kot zgolj en operater, bi namreč nova vstopnika s pogajanji lažje dosegla dostop do enega izmed obstoječih omrežij. V tem primeru bi namreč operaterji, ki bi takšne veleprodajne storitve lahko ponujali, v tem videli možnost dodatnega veleprodajnega zaslužka ne grožnje na maloprodajnem trgu, ki ji je treba skozi vzvod vertikalne integracije preprečiti vstop na trg in tako onemogočiti poseganje v lastne maloprodajne tržne deleže ter prihodke, ki jih ti dolgoročno zagotavljajo.

#### **6.1.1.6. Ovire za širitev**

Kot je bilo v analizi omenjeno že na več mestih, je trg mobilnih komunikacij v Republiki Sloveniji zrel, stopnja penetracije pa je z 100,1% konec leta 2008 že zelo visoka, kar bi ob bistvenem umirjanju nadaljnje rasti stopnje penetracije lahko interpretirali tudi že kot nasičenost trga. Razumljivo je, da trg z veliko stopnjo rasti veliko bolj privlači potencialno konkurenco oziroma potencialne vstopnike na trg kot zreli trgi. Operaterji, ki vstopajo na zrele trge, so soočeni z veliko vstopno oviro, saj morajo na tem trgu oblikovati ponudbo, ki je najmanj enakovredna, ali boljša od ponudbe obstoječih operaterjev, torej tehnološko novejša, kvalitetnejša in cenejša, da prepričajo končnega uporabnika k zamenjavi operaterja. Na tem mestu zasledimo ovire širitve tako kot vstopne ovire, pa tudi kot ovire v smislu drugega izmed treh kriterijev, ki jih na tem mestu obravnavamo, torej strukture trga, ki se ne nagiba k učinkoviti konkurenci v ustreznem časovnem okviru.

Agencija lahko pri ocenjevanju, ali se upoštevni trg nagiba k učinkoviti konkurenci v določenem časovnem okviru, ugotavlja tudi to, kakšne so ovire širitve obstoječih operaterjev, predvsem tistih, ki so na trgu šele krajši čas. Ugotovljene ovire širitve so namreč kazalec, da je rast konkurence omejena ali onemogočena, zaradi česar je predhodna regulacija nujno potrebna, medtem ko velja, da do bolj učinkovite konkurence prihaja na tistih upoštevnihih trgih, kjer so ovire širitve nizke.

Tržno rast in širitev je lažje doseči predvsem novo vstopajočim operaterjem na hitro rastočih trgih, medtem ko je na zrelih, nasičenih trgih ta lahko močno ovirana, saj so kupci storitev v večini že končni uporabniki obstoječih operaterjev in je njihov prehod k novemu ponudniku potrebno stimulirati. V kolikor obstajajo ovire širitve, lahko taka situacija predstavlja za potencialne nove vstopnike, ki na trg še niso vstopili, vstopno oviro. Ne glede na položaj operaterjev, ki se pripravljajo na vstop na trg, pa so ovire širitve pomemben dejavnik za tiste, ki so na trg že vstopili, vendar pa je njihova rast iz različnih razlogov ovirana. Ti razlogi so predvsem v stopnji nasičenosti trga, tehnoloških ovirah, visokih stroških in potrebnem času za izgradnjo lastnega omrežja, nizki stopnji prehajanja končnih uporabnikov, v nezmožnosti takojšnjega ponujanja raznolike palete storitev in drugo.

Glede na do sedaj opisane lastnosti trga je mogoče reči, da bo novi vstopnik soočen z neprimerno večjimi težavami pridobiti nove uporabnike, kot pa je to veljalo za Mobitel, ki je na trg vstopil prvi, pa tudi za Si.mobil, ki je vstopil drugi. Nova operaterja sta vstopila na trg, ki še nikoli ni imel tako visoke stopnje penetracije, zato težko računata, da bi pridobila uporabnike, ki storitev še ne uporabljajo, medtem, ko sta Mobitel in Si.mobil vstopila na trg,

na katerem je bila stopnja penetracije še zelo nizka, sam trg pa je bil še v zgodnji fazi razvoja. Naloga Tušmobila in T-2, enako pa velja tudi za ponudnike storitev / preprodalce in morebitne nove vstopnike, bo torej poskušati uporabnike prepričati, naj zapustijo obstoječega operaterja in preidejo k njim. Slednje potrjujejo tudi podatki o prenesenih mobilnih številkah, ki so prikazani v poglavju 4.3., ki v primerjavi z opazovanjem rasti penetracije mobilnih uporabnikov kažejo, da so spremembe tržnih deležev vedno bolj posledica prehoda uporabnikov med operaterji, in v le majhni meri pridobivanja uporabnikov, ki storitev mobilne telefonije prej še ne bi uporabljali. Prepričati uporabnika, ki je že naročnik ali predplačnik pri enem od obstoječih operaterjev, pa je vsekakor težje in dražje, kot pridobiti novega uporabnika, ki storitev še ne uporablja, povezano pa je tudi z drugimi okoliščinami, zaradi katerih uporabnik morda v končni posledici ne bi zamenjal operaterja, saj bi mu to lahko predstavljalo preveliko breme, bodisi časovno (prenašanje številke k drugemu operaterju, sklepanje novih pogodb in podobno), bodisi finančno (pogodbena vezava na obstoječega ponudnika s klavzulo o pogodbeni kazni, menjava ali odklepanje telefonskega aparata, ki je zaklenjen na določeno omrežje). Glede na to, da je bistven del Slovenskih končnih uporabnikov naročniških uporabnikov, kar 63%<sup>24</sup>, kar pomeni, da so operaterjem vezani s pogodbo, pri čemer je zelo verjetno, da so ob sklenitvi pogodbe sprejeli pogoj časovne vezave zaradi nakupa subvencioniranega telefonskega aparata (praviloma je v Sloveniji obdobje vezave ob nakupu subvencioniranega mobilnega GSM terminala 12 mesecev, za UMTS mobilni terminal pa 24 mesecev), je za operaterje pridobivanje slednjih precej težje, kot pridobivanje predplačniških uporabnikov, ki jih je v Sloveniji zgolj 37%<sup>25</sup>, njihov delež pa se s časom znižuje. Operaterji, ki želijo pridobiti nove uporabnike, se vsled navedenega srečujejo z velikimi ovirami.

Da bi lahko konkuriral na maloprodajnem trgu, vstopajoči operater zato dandanes ne more več ponujati samo govornih klicev in SMS sporočil, ampak tudi paleto različnih podatkovnih in ostalih storitev. Ovire za širitev so tako v določeni meri povezane tudi s podkriteriji ekonomij obsega in povezanosti, dostopa do finančnih virov in potopljenih stroškov, saj mora operater takoj po vstopu, ko pospešeno gradi svoje omrežje, začeti z intenzivnimi tržnimi kampanjami ponujati storitve, ki so konkurenčne, kar podaljšuje rok povrnitve investicije, po drugi strani pa povečuje potopljene stroške.

Za mobilne podatkovne storitve velja, da postajajo za končne uporabnike vedno bolj pomembne. Obenem predstavljajo pomemben del prihodka operaterja, pri čemer je viden tudi trend rasti uporabe MMS storitev kot ene bolj pogoste uporabe širokopasovnih podatkovnih storitev. Ker na predmetnem upoštevem trgu obstajata le dva operaterja z razvejanim lastnim mobilnim omrežjem, Mobitel in Si.mobil, so se novi vstopniki v zvezi z zagotavljanjem storitev (govornimi in podatkovnimi) prisiljeni pogajati z njima. Le navedena operaterja imata omrežji, ki sta dovolj razviti, da lahko v celoti in na celotnem ozemlju Slovenije ponujata storitve za potrebe lastnih uporabnikov, na podlagi česar lahko novi vstopniki sklepajo, da sta sposobna ponujati dostop do omrežja tudi njim. Že zgoraj pa smo pokazali, da se Si.mobil srečuje s tehničnimi omejitvami, ki mu na tem trgu ne omogočajo ponuditi enakovrednih veleprodajnih storitev Mobitelovi, ki lahko poleg dostopa in posredovanja klicev in SMS sporočil povpraševalcu ponudi tudi sicer širšo paleto ostalih, sicer nereguliranih, a za operaterje povpraševalce in njihove končne uporabnike vsekakor pomembnih maloprodajnih storitev.

V zvezi s ponujanjem storitev je treba nadalje ugotoviti, da je zagotavljanje teh novo vstopajočim operaterjem oteženo ne le zaradi močnega porasta pomena mobilnih podatkovnih storitev (katerih ponudba mora biti zaradi konkurence izoblikovana v čim krajšem času od vstopa na trg), ampak tudi zaradi povečane stopnje zahtevnosti končnih uporabnikov pri možnostih izbire med širokim naborom storitev in produktov. Do tega pojava prihaja predvsem na zrelih trgih, in sicer kot posledica raznolikosti ponudb pri obstoječih

<sup>24</sup>[http://ec.europa.eu/information\\_society/policy/ecomm/doc/implementation\\_enforcement/annualreports/14threport/annex1.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomm/doc/implementation_enforcement/annualreports/14threport/annex1.pdf), dostop na dan 25.3.2009

<sup>25</sup> ibidem

operaterjih, katerih končne uporabnike želi novi vstopnik pridobiti. Ker je namreč pri visoki stopnji nasičenosti nujno, da novi vstopnik pridobiva končne uporabnike predvsem od obstoječih operaterjev, ti kljub morebitnim nižjim cenam storitev ne bodo prehajali k novemu ponudniku, če te ne bodo zadovoljivo oziroma kvalitetno delovale. Za raznolikost in kvalitetno delovanje pa je, kot je bilo omenjeno že zgoraj, primarno najpomembnejši dostop do omrežja, ki te storitve omogoča.

Drugi dejavniki, kot so na primer stopnja prehajanja končnih uporabnikov, lahko prav tako kažejo na trg, ki se nagiba k učinkoviti konkurenci v določenem časovnem okviru. Vendar kljub temu, da je viden trend rasti prehajanja končnih uporabnikov med operaterji. Odstotek prenesenih mobilnih števil v Republiki Sloveniji, 7,1%, je še vedno pod evropskim povprečjem, ki znaša 10,3%<sup>26</sup>, kar pomeni, da je število prehodov v Sloveniji še vedno precej nizko, ovire širitve za nove operaterje pa tako tudi iz tega vidika zelo visoke.

Glede na povedano je mogoče ugotoviti, da na predmetnem upoštevni trgu obstajajo vsled visoke penetracije in razvitosti trga močne vstopne ovire širitve, ki bi se v primeru neobstoja predhodne regulacije še okrepile, saj bi Mobitel in Si.mobil, ki želita zavarovati svoje prihodke, lahko kasnejšim vstopnikom postavljala na maloprodajnem in veleprodajnem trgu cenovne ovire, na trgu medoperaterskega dostopa pa družba Mobitel, ki tak dostop lahko trenutno edini ponudi, poleg cenovnih tudi nerazumne tehnične pogoje, prav tako pa bi jim ob odsotnosti predhodnega urejanja trga dostop tudi odrekla. Zaradi navedenega je moč ugotoviti, da se upoštevni trg ne nagiba k učinkoviti konkurenci v časovnem okviru do naslednje analize upoštevne trga.

#### **6.1.1.7. Raznolikost storitev in produktov**

Agencija pri ocenjevanju, ali se upoštevni trg nagiba k učinkoviti konkurenci v določenem časovnem okviru, preverja tudi v kolikšni meri je pri posameznih operaterjih podana raznolikost storitev in produktov, ki je predvsem na zrelih trgih eden izmed kazalcev pomembne tržne moči operaterjev.

Ponudba posameznih operaterjev in ponudnikov storitev je usmerjena v konvergenco in vzporeden razvoj govornega, internetnega in mobilnega dela poslovanja. Na trgu mobilne telefonije je tako viden porast raznolikosti storitev in produktov, ki jih operaterju nudijo svojim končnim uporabnikom. S celovito paleto telekomunikacijskih storitev bodo operaterji v prihodnje oblikovali različne pakete s kombinacijo storitev, kar jim bo omogočalo večjo diferenciacijo na trgu. Po drugi strani pa bodo lahko ponudniki z višjo stopnjo raznolikosti storitev oziroma heterogeno ponudbo produktov ustvarjali t.i. uporabniško lojalnost, po kateri v zameno za popuste ali ugodnosti zavežejo končnega uporabnika za določeno časovno obdobje, kar postavlja oviro za vzpostavitev konkurence na upoštevni trgu. S tem se namreč ustvarja posreden pritisk na nove vstopnike, saj so taki končni uporabniki za to obdobje vezani na operaterja, zaradi česar nimajo možnosti menjave ponudnika brez posledic vse do izteka pogodbe. Ekvivalenten učinek lojalnosti imajo lahko tudi znana imena znamk.

Oba največja operaterja trenutno svojim končnim uporabnikom nudita govorne storitve, SMS, MMS in ostale podatkovne storitve, svoje storitve pa sta nadgradila tudi z različnimi tehnologijami. Storitve temeljijo na standardnih tehnologijah (GSM z GPRS in EDGE ter UMTS z HSDPA). Ponudba tretjega in četrtega operaterja mobilne telefonije še ni primerljiva z ostalima operaterjema, pri čemer je stopnja razvejanosti lastnega mobilnega omrežja nizka, tako da morata zadovoljivo pokritost prebivalstva in ozemlja dosegati na podlagi pogodbe o nacionalnem gostovanju z družbo Mobitel. Vsi štirje operaterji so tudi imetniki odločbe o dodelitvi radijskih frekvenc za UMTS, vendar Tušmobil UMTS storitev še ni pričel ponujati, T-2 pa jih ponuja šele od 1.6.2008.

<sup>26</sup> ibidem



Mobitel je ves čas razvijal in dopolnjeval ponudbo svojih storitev, pri čemer je razvijal tudi lastne produkte in storitve z dodano vrednostjo. Trenutno je ponudba sestavljena iz raznolikih storitev in produktov, kot so govorna in video telefonija, SMS, MMS, prenos podatkov GPRS/EDGE/HSDPA/HSUPA, mobilne navigacijske storitve, mobilno plačevanje, Black Berry & Integral («Push email»), internet, NeoWLAN, M:stik, mobilna TV in raznovrstne mobilne vsebine. Struktura storitev in produktov ter njihova raznolikost kažejo na prevladujoč položaj na trgu, saj je med ponudniki storitev mobilne telefonije na predmetnem upoštevem trgu v vodilnem segmentu.

Si.mobil sledi največjemu operaterju, saj njegova paleta storitev in produktov ne odstopa v večji meri od storitev in produktov družbe Mobitel. Raznolikost storitev je razširil z uvedbo novih, tako da sedaj ponuja vrsto storitev in produktov, kot so Si.navigator, internetni portal Si.asistent, Vodafone live!, Vodafone Mobile Connect, BlackBerry iz podjetja Vodafone, Obstoječe omrežje GSM/GPRS/EDGE je dopolnil z omrežjem 3. generacije UMTS/HSDPA, vzporedno s tem pa je prenovil ponudbo opcij in paketov za prenos podatkov – Mobilni internet.

Za oba glavna akterja velja, da na maloprodajnem trgu ponujata dokaj primerljive storitve in imata s tem konkurenčno prednost pred novo vstopajočimi ponudniki na trg, ki tako raznolike palete storitev in produktov (zaenkrat) niso sposobni ponujati, saj razvoj le-teh zahteva določeno časovno obdobje in znatna finančna sredstva. Kljub temu pa v določeni meri z naprednejšimi storitvami, kot so denimo mobilna TV in storitve, temelječe na tehnologiji HSUPA, Si.mobil za Mobitelom zaostaja, obenem pa lahko, predvsem zaradi manj razvitega in razvejanega 3G omrežja, te storitve ponuja v (tako geografsko, kot v smislu kapacitet) manjšem obsegu, kot družba Mobitel.

Nova vstopnika na trgu ne nudita tako širokega nabora storitev, kar je glede na njun nedavni vstop in dejstvo, da ne razpolagata v celoti z lastnim omrežjem, tudi razumljivo. Ponujanje in oblikovanje storitev preko drugega omrežja prinaša tudi določene tehnične in marketinške omejitve, povezano pa je tudi z dodatnimi stroški, predvsem na nivoju podatkovnih storitev, kjer so cene uporabe omrežja visoke, pri tem pa je treba upoštevati dejstvo, da za večino vsebin na mobilnih portalih Planet (Mobitel) in Vodafone Live! (Si.mobil) uporabniki omenjenih družb ne plačajo prenesene količine podatkov in dostopa. Podoben način ponujanja storitve na maloprodaji bi bil v primeru družb, ki uporabljajo nacionalno gostovanje, nemogoč, saj bi imel za posledico visoke veleprodajne stroške.

Ob dejstvu, da je trg zrel in je potrebno končne uporabnike pridobivati predvsem od obstoječih operaterjev, novemu ponudniku njegov položaj to še bolj otežuje. V kolikor tak ponudnik ne bi bil sposoben hitro in učinkovito zagotavljati palete storitev in pridobivati končnih uporabnikov ter s tem ustvarjati določene ekonomije obsega, bi bil ob potrebnih začetnih velikih investicijah za razvoj omrežja, ki imajo naravo potopljenih stroškov, prisiljen, da se s trga umakne. Zato raznolikost storitev in produktov Si.mobila in v nekoliko večji meri Mobitela, v primerjavi s kasnejšimi vstopniki in tudi ponudniki storitev / preprodajalci, predstavlja zanje visoko vstopno oviro, obenem pa v ničemer ne kaže, da se trg nagiba k učinkoviti konkurenci v določenem časovnem okviru, kot ga zajema predmetna analiza.

### **6.1.2. Pravne oziroma regulatorne ovire**

Skladno s Priporočilom Evropske komisije pravne ali regulatorne ovire ne temeljijo na gospodarskih pogojih, temveč izvirajo iz zakonodajnih, upravnih ali drugih ukrepov, ki neposredno vplivajo na pogoje vstopa in/ali umestitve ponudnikov na upoštevem trgu. Kot primer pravne in regulatorne ovire, ki preprečuje vstop na trg, lahko služi omejitev števila podjetij z dostopom do spektra za zagotavljanje osnovnih storitev. Drugi primeri pravnih ali regulativnih ovir so skladno s Priporočilom Evropske komisije cenovni nadzori ali drugi ukrepi v zvezi s cenami, uvedeni za podjetja, ki vplivajo tako na vstop kot tudi na umestitev podjetij

na trgu. Pravne in regulatorne ovire, ki jih je mogoče odpraviti v ustreznem časovnem okviru, običajno ne predstavljajo gospodarske ovire ta vstop na trg v smislu prvega merila.

Dokument Skupine evropskih regulatorjev *ERG Report on Guidance on the application of the three criteria test*, določa glavne pravne ovire, prisotne na trgu elektronskih komunikacij:

1. potreba po pridobitvi upravne odločbe oziroma dovoljenja, da lahko operater začne delovati na trgu;
2. omejitve in pogoji povezani z uporabo frekvenčnega spektra;
3. učinki splošne regulacije na nove vstopnike.

Poleg tega Skupina evropskih regulatorjev dodaja, da so pravne ovire relativno nižje kot strukturne ovire za vstop na trg.

Regulatorne vstopne ovire torej obstajajo, ko je vstop na trg omejen z regulatornimi pogoji, kot so javne licence in omejitve povezane z varovanjem zdravja, varstvom okolja in varnostjo. Dostop do razpoložljivih frekvenc je zelo pomemben dejavnik pri vstopu novih operaterjev na ta upoštevni trg. Operater, ki želi vstopiti na trg z lastno infrastrukturo (v obliki radijskega in jedrnega omrežja), mora s strani Agencije pridobiti odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc, pri čemer pa lahko pod točno določenimi zakonskimi pogoji, kot so za dodelitev frekvenc predvideni v ZEKom, računa le na tiste frekvence, ki so še proste. V prejšnjih poglavjih je že bilo omenjeno, da je frekvenčni spekter omejena naravna dobrina, pri čemer v Sloveniji denimo ni več na razpolago prostih kapacitet v frekvenčnem spektru GSM 900.

Poleg tega pa so v odločbi o dodelitvi radijskih frekvenc določeni časovni okviri, v katerih mora operater zgraditi določen del omrežja in tudi datum, do katerega mora operater zgraditi omrežje v celoti, obenem pa tudi stopnje pokritosti prebivalstva v določenih časovnih obdobjih, lahko pa tudi drugi dodatni pogoji. Kot je bilo že omenjeno, največji strošek predstavlja izgradnja mobilnega omrežja, prav tako pa je za operaterje obremenilen tudi čas, ko morajo pričeti uporabljati frekvenco in čas, ko morajo zgraditi omrežje.

Druge pravne ovire, ki so prisotne pri gradnji omrežja, pa so pravne ovire pri sklepanju najemnih in služnostnih pogodb, pravne ovire v zvezi z vpisi v zemljiško knjigo ter ovire v zvezi s pridobivanjem dovoljenj za postavitve objektov. Operater, ki gradi omrežje, mora za vpis v zemljiško knjigo postopati po zemljiškoknjžnem postopku, za pridobitev dovoljenj za postavitve objektov pa skladno z upravnim postopkom, kar dodatno zavlačuje izgradnjo omrežja. Lokalne skupnosti so vedno bolj občutljive na izgradnjo novih omrežij in v nekaterih občinah, med drugim v glavnem mestu Ljubljani, so se pojavili poskusi, da bi s prostorskimi načrti znatno omejili izgradnjo omrežij novih operaterjev, kar bi slednje postavilo v bistveno neenakopraven položaj, hkrati pa bi jim onemogočalo na ozemlju Republike Slovenije uporabljati frekvenčni spekter, za katerega so prejeli odločbo o dodelitvi. Ne glede na to, ali skozi pravne in ostale postopke operaterji uspejo dokazati upravičenost lastnih postopkov in ravnanj, jim slednje predstavlja tako finančno, kot tudi kadrovske in časovne breme. Na več tovrstnih težav naletijo praviloma novi operaterji, saj je v očeh uporabnikov, ki iz različnih razlogov morebiti nasprotujejo podvojitvam omrežij, infrastrukture dovolj, zato nasprotujejo izgradnji nove, kar novim vstopnikom otežuje pridobivanje dovoljenj za postavitve objektov, pridobivanje služnosti in dodatno zavlačuje izgradnjo omrežja.

Med učinke in bremena splošne regulacije, s katerimi se novi vstopniki srečujejo na trgu, velja omeniti denimo tudi vplive, ki jih ima regulacija na regulirane upoštevne trge. S tem ima Agencija v mislih predvsem trg zaključevanja klicev v mobilnih omrežjih, kjer je v zadnjem času regulacija bistveno bolj zaostrena in jasna. Cene se nagibajo k stroškovnim, v relativno kratkem času celo k simetričnim stroškovnim cenam hipotetično učinkovitih operaterjev, temelječih na najstrožjih stroškovnih metodologijah (LRIC »*bottom up*«). Na teh trgih so bili obstoječi operaterji pred novimi vstopniki v bistveni prednosti, saj so postali regulirani šele nekaj let po vstopu, začetna regulacija pa sploh s cenovnega vidika ni bila tako stroga, kot jo

lahko pričakujejo novi vstopniki, ki ji bodo, v primerjavi z uveljavljenimi operaterji, podvrženi v bistveno krajšem času po vstopu na trg. S tem je izključeno dolgotrajno subvencioniranje in prelivanje sredstev, kot je bilo mogoče v preteklosti. Na isti način sta bila nova vstopnika praktično ob vstopu tudi obvezana spoštovati Uredbo Evropske komisije o mednarodnem gostovanju, kar pomeni, da sta bila za razliko od konkurenčnih operaterjev za več let prikrajšana pridobivanja visokih dobičkov z naslova zagotavljanja storitev mednarodnega gostovanja.

S tega vidika je mogoče zaključiti, da pravne in regulatorne ovire obstajajo, vendar slednje ne pomeni, da onemogočajo vstop ali delovanje novih vstopnikov. V navedenem pa pomenijo asimetrijo med prejšnjimi in kasnejšimi vstopniki, saj so v marsičem tako pravna kot regulatorna pravila postala bolj jasna in tudi strožja, torej se novi vstopniki v večji meri in prej srečujejo z ovirami, s katerimi se vstopniki pred leti niso srečevali, kar posredno postavlja Mobitel in Si.mobil v boljši položaj v primerjavi z družbama Tušmobil in T-2.

## **6.2. Drugo merilo: struktura trga, ki se ne nagiba k učinkoviti konkurenci v ustreznem časovnem okviru**

Priporočilo Komisije v *Recitalu (5)* določa, da je treba glede na dinamičen značaj in delovanje trgov elektronskih komunikacij pri analizi prihodnjih razmer za opredelitev upoštevni trgov, ki bi lahko bili predmet predhodnega urejanja, upoštevati tudi možnosti premagovanja ovir za vstop na trg v ustreznem časovnem okviru. To pomeni, da drugo merilo dopušča le tiste trge, katerih struktura se ne nagiba k učinkoviti konkurenci v ustreznem časovnem okviru, pri čemer uporaba tega merila vključuje pregled stanja na področju konkurence za ovirami za vstop. V *Recitalu (12)* Priporočila Komisije pa je nadalje navedeno, da tudi, kadar so za trg značilne visoke ovire za vstop, lahko drugi strukturni dejavniki na tem trgu kažejo, da se trg nagiba proti učinkoviti konkurenci v ustreznem časovnem okviru. Tržno dinamiko lahko na primer povzroči tehnološki razvoj ali zblíževanje proizvodov in trgov, ki lahko povzroči konkurenčne omejitve med izvajalci, ki delujejo na ločenih proizvodnih trgih. Do tega lahko pride tudi na trgih z omejenim, vendar zadostnim številom podjetij z različnimi strukturami stroškov, ki se soočajo s tržnim povpraševanjem po elastičnih cenah. Na trgu lahko obstaja tudi presežna zmogljivost, ki konkurenčnim podjetjem običajno omogoči zelo hitro povečanje proizvodnje kot odgovor na kakršen koli dvig cen. Na takšnih trgih lahko sčasoma pride do spremembe tržnih deležev in/ali do padca cen. Če se tržne dinamike hitro spreminjajo, je potrebna posebna previdnost pri izbiri ustreznega časovnega okvira, da bi odražal ustrezen tržni razvoj.

Pri izvedbi preizkusa treh meril z namenom ugotovitve ali je trg še lahko predmet predhodnega (*ex ante*) reguliranja je Agencija v okviru drugega kriterija, to je pri ugotavljanju, ali se struktura trga nagiba k učinkoviti konkurenci v ustreznem časovnem okviru ali ne, preverjala primernost predhodnega (*ex ante*) reguliranja upoštevne trga na podlagi analiziranja stanja na trgu v smislu (ne)učinkovite konkurenčnosti.

Pri tem jedro drugega kriterija tako predstavlja ocena, ali se upoštevni trg nagiba k učinkoviti konkurenci v določenem časovnem okviru, kadar *ex ante* regulacija na njem ni prisotna in je razvoj nadaljnje konkurence v celoti odvisen od tržnih razmer. V kolikor je ugotovljeno, da učinkovita konkurenca na določenem upoštevne trgu ni vzpostavljena, je tak trg lahko predmet predhodne regulacije.

Glavni kazalniki, ki se upoštevajo pri ocenjevanju prvega in drugega merila, so podobni tistim, ki se preverijo kot del analize prihodnjih razmer na trgu, zlasti kazalniki ovir za vstop ob odsotnosti pravne ureditve (vključno z obsegom nepovratnih stroškov), tržna struktura, delovanje trga in tržna dinamika, vključno s kazalniki, kot so tržni deleži in njihova gibanja, tržne cene in gibanja teh ter obseg in pokritost konkurenčnih omrežij ali infrastruktur, v veliki meri pa se pokrivajo celo s podkriteriji iz prvega kriterija predmetnega testa – obstoja vstopnih ovir.

Potencialni kriteriji, ki jih Agencija lahko uporabi pri izvedbi preizkusa treh meril v okviru drugega kriterija, so večinoma ekonomske narave, poleg teh pa mora nujno preveriti tudi stanje na trgu (tržna struktura) in pogoje na njem.

Agencija je v okviru preizkusa treh meril pri preverjanju drugega kriterija uporabila naslednje podkriterije, ki niso kumulativne narave, po katerih je ugotavljala, ali se upoštevni trg nagiba k učinkoviti konkurenci v določenem časovnem okviru. Pri podkriterijih, ki jih je Agencija tako z vidika vstopnih ovir, kot tudi z vidika ugotavljanja, ali se struktura trga nagiba k učinkoviti konkurenci v ustreznem časovnem okviru, analizirala že v sklopu prvega kriterija, Agencija tudi napoti na ustrezno mesto z referenco.

Obravnavani podkriteriji so:

- tržni deleži operaterjev
- cenovni trendi in cenovna politika
- potencialna konkurenca
- nadzor nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti
- raznolikost storitev in produktov
- ovire za širitev

### 6.2.1. Tržni deleži

Kot prvi indikator v okviru ekonomskih (ter kvalitativnih in količinskih) kriterijev, ki lahko služi preverjanju, ali se trg nagiba k učinkoviti konkurenci, je ugotavljanje velikosti tržnih deležev operaterjev na upoštevni trgu ter njihove stabilnosti v določenem časovnem okviru. Pri tem Agencija opazuje tržne deleže glede na število končnih uporabnikov, glede na količino opravljenega veleprodajnega prometa in glede na veleprodajne prihodke.

Kot izhaja tudi iz 75. odstavka *Smernic Komisije o analizi trga in oceni znatne tržne moči v skladu z ureditvenim okvirom Skupnosti za elektronska komunikacijska omrežja in storitve, 2002/C 165/03* (v nadaljevanju: Smernice), je izračun tržnih deležev izhodiščna točka za ugotavljanje ali na upoštevni trgu obstaja konkurenca oziroma ali ima določen operater pomembno tržno moč, to je, da ima sam ali skupaj z drugimi operaterji na določenem trgu javnih komunikacijskih omrežij oziroma javnih komunikacijskih storitev (upoštevni trg) položaj, enakovreden prevladujočemu položaju, torej tak ekonomski vpliv, da mu omogoča znatno mero samostojnosti nasproti konkurentom, uporabnikom in potrošnikom.

V skladu s pravno prakso se je uveljavila pravna domneva, da tržni deleži večji od 40-50%, razen v izredno izjemnih okoliščinah, dokazujejo obstoj prevladujočega položaja. To velja še toliko bolj, če je tržni delež takega operaterja v določenem časovnem obdobju relativno stabilen. Po drugi strani v obratni situaciji, to je v primeru nihanja tržnega deleža operaterja, tudi delež nad 50% sam po sebi še ni zadosten dokaz obstoja pomembne tržne moči.

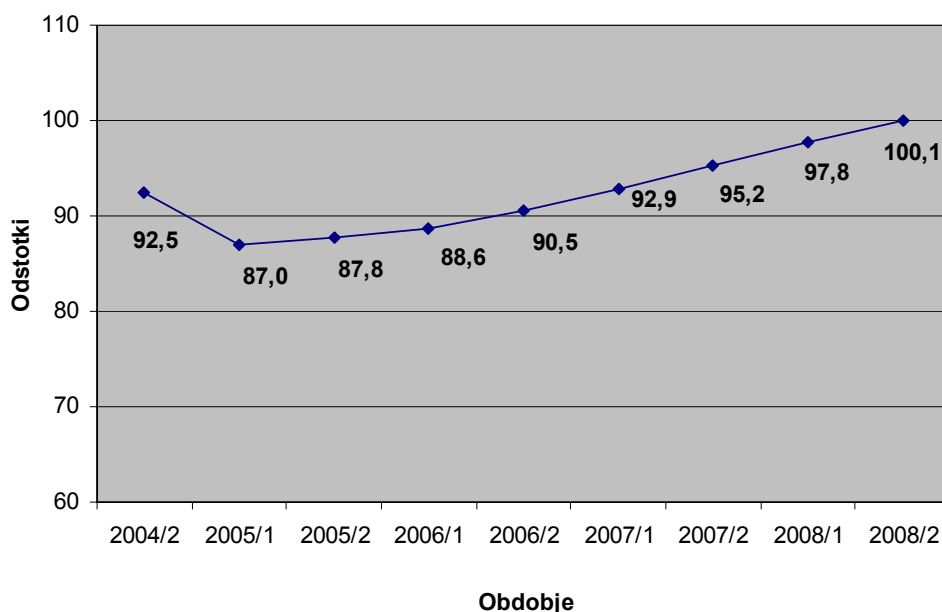
Kot nadalje izhaja iz 75. odstavka Smernic, se je kot pravilo uveljavilo tudi, da operaterji z manj kot 25% tržnim deležem načeloma (samostojno) nimajo statusa pomembne tržne moči. Kljub temu iz Smernic tudi v tem primeru posredno izhaja, da kadar je tak tržni delež stabilen oziroma raste in če na to kažejo tudi druge okoliščine, obstoja statusa pomembne tržne moči ni mogoče *a priori* izključiti.

Ne glede na povedano ugotovitev odsotnosti nagibanja trga k učinkoviti konkurenci na trgu ne more temeljiti zgolj na podlagi velikosti tržnega deleža operaterja. Velik tržni delež namreč pomeni le možnost, da ima tak operater prevladujoč položaj, kar pomeni, da mora biti ocena tega statusa utemeljena tudi v luči preostalih kriterijev. Položaj operaterjev tako opredeljuje vrsta različnih okoliščin, kar bi ob njihovem morebitnem nepreverjanju lahko vodilo v izkrivljeno sliko celotnega upoštevnega trga in položaja preostalih akterjev na njem. Poleg tega posamezne postavke, kadar bi bile preverjene zgolj samostojno, zaradi svoje narave ne

bi več nujno določevale oziroma dokazovale (ne)obstoja prevladujočega položaja. Za presojo, ali se trg nagiba k učinkoviti konkurenci, je pomembno ugotoviti, kako so se tržni deleži razvijali v določenem časovnem obdobju. V primeru, da tržni delež določenega operaterja v določenem časovnem obdobju bistveno pada, lahko slednje razumemo tudi kot nagibanje h konkurenci. Zato je tudi za ugotovitev, ali se trg ob odsotnosti *ex ante* regulacije nagiba k učinkoviti konkurenci, potrebno opazovati bodisi stabilnost, bodisi trend, ki ga morebitno gibanje tržnih deležev skozi merjeno časovno obdobje kaže. Pri tem pa vsakega gibanja ne gre razumeti kot nagibanja h konkurenčnim razmeram na trgu.

Pri izbiri načina merjenja tržnih deležev so pomembne predvsem značilnosti upoštevne trga, ki je predmet obravnave. Agencija se je v zvezi s predmetnim upoštevno trgov »Dostop do mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« odločila, da tržne deleže ugotavlja glede na tržne deleže končnih uporabnikov na predmetnem veleprodajnem trgu (kamor šteje tudi ponudba samemu sebi - *self supply*), tržne deleže končnih uporabnikov glede po posameznih operaterjih (tako imenovane maloprodajne tržne deleže) in tržne deleže glede na veleprodajni promet in prihodke od storitev predmetnega veleprodajnega storitvenega trga, to je promet in prihodke iz naslova dostopa do javnega mobilnega telefonskega omrežja ter posredovanja klicev iz tega omrežja (odhodni klici) na medoperaterski ravni, prihodke od odhodnih SMS sporočil, naročnin oz. zakupnin.

**Slika 2: Stopnja penetracije**



Vir: APEK, 2009

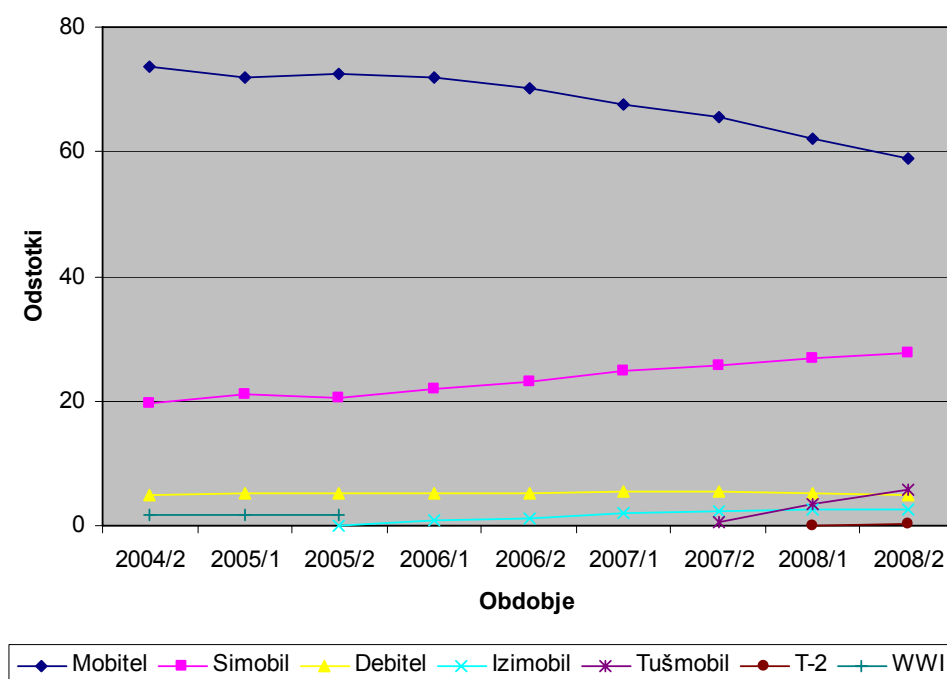
Stopnja penetracije v Sloveniji konec merjenega obdobja je 100,1% in se približuje točki saturacije (nasičenosti), v kolikor bi nadaljnje stopnje kazale na njeno umirjanje. Pri tem ima operater Mobitel 58,9% tržni delež glede na število lastnih končnih uporabnikov. Sledi mu drugi največji operater mobilne telefonije Si.mobil s 27,8% tržnim deležem po številu končnih uporabnikov. Ponudnika storitev, ki svojega omrežja za ponujanje storitev mobilne telefonije nimata, Izimobil in Debitel za dostop do svojih končnih uporabnikov pa uporabljata omrežje Mobitel, dosejata skupaj 7,3%, od tega Izimobil konec merjenega obdobja 2,5% in Debitel 4,8%, pri čemer v merjenem obdobju Debitelov tržni delež po rahlem vzponu do vključno leta 2007, v letu 2008 upade na raven iz začetka merjenega obdobja, Izimobilov pa počasi raste in leta 2008 ostane na isti ravni. Konec merjenega obdobja je operater Tušmobil dosegel 5,8% tržnega deleža vseh končnih uporabnikov, medtem, ko je zadnji vstopnik, T-2, beležil 0,3% vseh končnih uporabnikov.

## Preglednica 2: Tržni deleži končnih uporabnikov po operaterjih (maloprodaja)

	2004/2	2005/1	2005/2	2006/1	2006/2	2007/1	2007/2	2008/1	2008/2
Mobitel	73,7	71,8	72,5	71,9	70,3	67,6	65,5	62,0	58,9
Simobil	19,7	21,1	20,4	22,1	23,1	24,7	25,8	26,8	27,8
Debitel	4,8	5,2	5,2	5,3	5,3	5,5	5,6	5,2	4,8
Izimobil	/	/	0,1	0,7	1,2	2,1	2,4	2,5	2,5
Tušmobil	/	/	/	/	/	/	0,6	3,4	5,8
T-2	/	/	/	/	/	/	/	0,1	0,3
WWI	1,8	1,9	1,8	/	/	/	/	/	/
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2009

## Slika 3: Tržni deleži končnih uporabnikov po operaterjih (maloprodaja)



Vir: APEK, 2009

Ob pogledu na tržne deleže operaterjev, ki jih v tem primeru opazujemo kot ponudnike storitev, je moč videti, da tržna deleža Mobitela in Si.mobila postopno konvergirata, pri čemer pa tržna deleža ponudnikov storitev, ki nimata lastne infrastrukture, ohranjata manjše vrednosti. Mobitel, ki ves čas ohranja daleč najvišji tržni delež, je v merjenem obdobju izgubil 14,8 odstotne točke in se konec leta 2008 ustavil na 58,9%. V istem času pa je Si.mobil pridobil na tržnem deležu za 8,1 odstotne točke. Trenutni tržni delež Tušmobila, ki konec merjenega obdobja znaša 5,8%, sam po sebi ne pove veliko, saj je znotraj merjenega obdobja, ki obsega štiri leta in pol, Tušmobil prisoten šele dobro leto, zato je trend težko napovedovati, ali iz trenutne vrednosti karkoli sklepati z zadostno verjetnostjo. Tušmobil je sicer v dobrem letu obstoja na trgu s pomočjo intenzivnega trženja pridobil tržni delež, ki ni nepomemben, obenem pa na podlagi dosedanjih trendov ne moremo z gotovostjo sklepati, da bo slednji rasel z enako intenzivnostjo tudi v prihodnje.

Enako velja vsaj v enaki meri tudi za T-2, ki je vstopil na trg šele junija 2008 in v pol leta dosegel 0,3% tržnega deleža. Ekonomije obsega, ki jih s svojimi tržnimi deleži skupaj

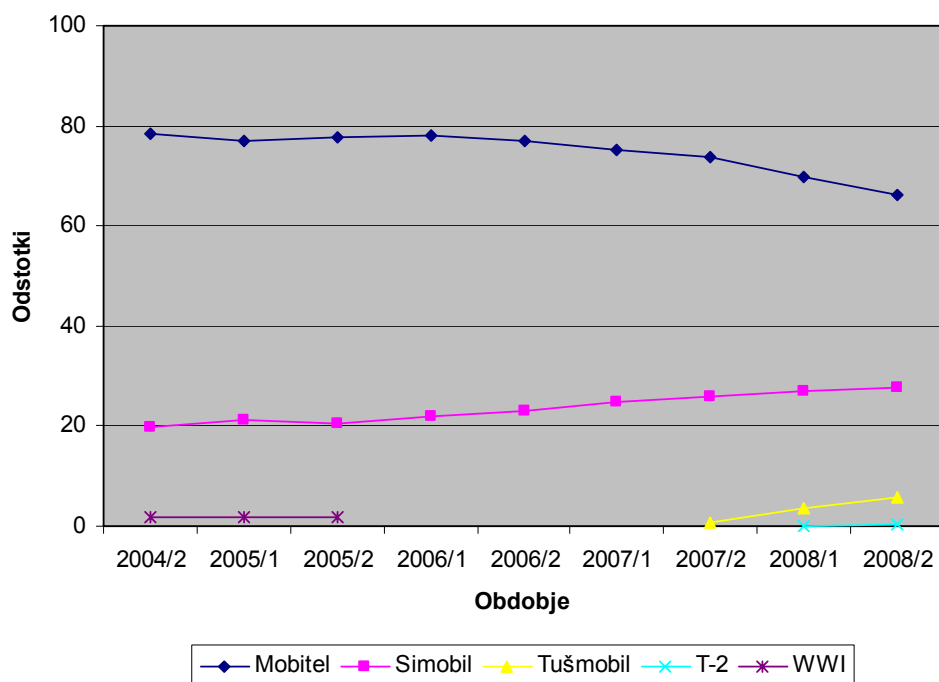
dosegajo operaterji, ki zaradi kupovanja veleprodajnih storitev dostopa niso neodvisni, so namreč v primerjavi z ekonomijami obsega največjega operaterja izjemno nizke. Slednji namreč skupaj razpolagajo zgolj z 13,4% vseh končnih uporabnikov in četudi jim dodamo še delež družbe Si.mobil, ta skupaj dosega le 41.1%. Res je, da delež končnih uporabnikov Mobitelu skozi merjeno obdobje pada, vendar glede na to, da merjeno obdobje vključuje štiri leta in pol, kar je relativno dolga doba, na podlagi slednjega ne moremo zaključiti, da gre za drastično spremembo tržnega deleža, temveč lahko navedeno spremembo skozi merjeno obdobje opišemo kot relativno zmerno, ki še vedno ohranja zelo visoko vrednost. Prav tako lahko kot relativno zmerno opišemo tudi zviševanje tržnega deleža družbe Si.mobil, ki je v štirih letih in pol dosegla rast za 8,1% točke.

**Preglednica 3: Tržni deleži končnih uporabnikov po operaterjih (veleprodaja) - ponudba samemu sebi in ponudniki storitev**

	2004/2	2005/1	2005/2	2006/1	2006/2	2007/1	2007/2	2008/1	2008/2
Mobitel	78,5	77,0	77,8	77,9	76,9	75,3	73,6	69,7	66,1
Simobil	19,7	21,1	20,4	22,1	23,1	24,7	25,8	26,8	27,8
Tušmobil	/	/	/	/	/	/	0,6	3,4	5,8
T-2	/	/	/	/	/	/	/	0,1	0,3
WWI	1,8	1,9	1,8	/	/	/	/	/	/
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2009

**Slika 4: Tržni deleži končnih uporabnikov po operaterjih (veleprodaja) - ponudba samemu sebi in ponudniki storitev**



Vir: APEK, 2009

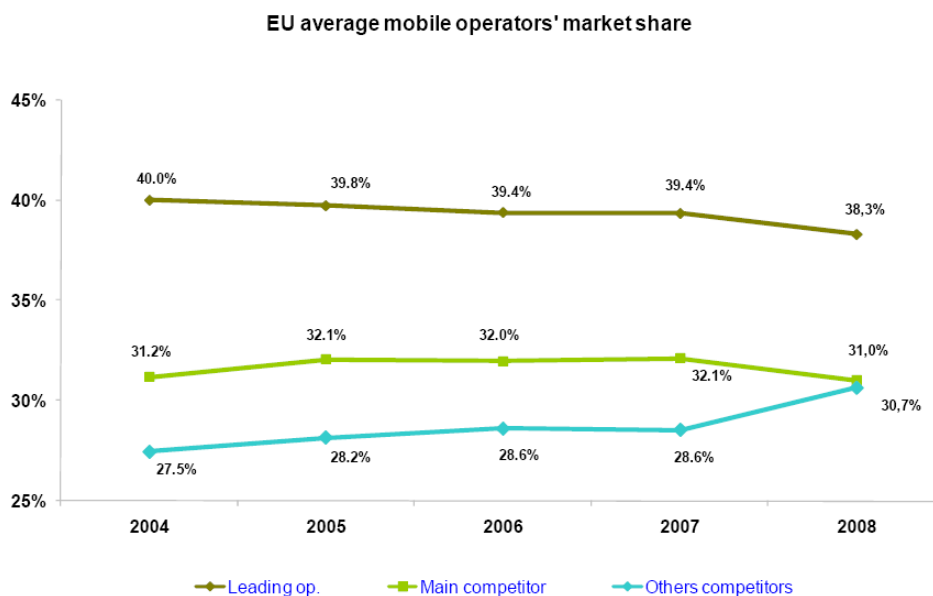
Z vidika trenda tržnih deležev uporabnikov na predmetnem veleprodajnem trgu v merjenem časovnem okviru je v primeru Mobitela viden upad za 12,4 odstotnih točk. Pri tem je treba poudariti, da v tem primeru opazujemo veleprodajne tržne deleže, ki vključujejo samo tiste operaterje, ki so tudi operaterji omrežij in na veleprodaji lahko delujejo. V veleprodajo pa so v danem primeru vključene storitve samemu sebi (*self supply*), storitve operaterjem ponudnikom storitev (*service provider*) in storitve nacionalnega gostovanja (*national roaming*). Tudi v tem primeru so (glede na relativno nizke in stabilne tržne deleže ponudnikov storitev in novih vstopnikov) spremembe tržnih deležev skozi merjeno obdobje relativno zmerne. Tako je mogoče oceniti tudi že omenjeno rast veleprodajnega tržnega deleža družbe Si.mobil, ki na veleprodaji ponuja storitve zgolj lastnemu vertikalno integriranemu delu. V merjenem obdobju sta kot lastnika infrastrukture ločeno obravnavana tudi Tušmobil in T-2, ki poleg lastnega omrežja uporabljata tudi storitev nacionalnega gostovanja. Zaključki so v tem primeru enaki tistim iz opazovanja tržnih deležev na maloprodaji, saj Tušmobil in T-2 storitev ne zagotavljata drugim operaterjem razen samemu sebi, pa še te ne v celoti, saj uporabljata tudi dostop v obliki nacionalnega gostovanja pri Mobitelu.

Trg v merjenem obdobju ni bil deležen skokovitih sprememb, še posebej kljub zmernemu padanju tržnega deleža visok položaj ohranja Mobitel. To v znatni meri odstopa tudi od evropskega povprečja, kjer tržni delež največjega operaterja glede na število končnih uporabnikov znaša v povprečju med 30% in 40% in ves čas pada. Oktobra 2008 se je povprečni tržni delež vodilnega mobilnega operaterja v Evropski uniji ustavil na vsega 38,3%, v Veliki Britaniji pa celo na samo 25%. Zato kaže 58,9% tržnega deleža glavnega operaterja, ki je več kot 20 odstotnih točk višji od povprečnega v Evropski uniji, na še vedno izjemno stanje v Sloveniji kar izhaja tudi iz 14. implementacijskega poročila Evropske komisije<sup>27</sup> in je obenem eden izmed kazalcev, da na trgu učinkovita konkurenca na predmetnem veleprodajnem trgu še ni vzpostavljena.

<sup>27</sup> "In general, the leading operators in most Member States have between 30% and 40% share of subscribers although in the United Kingdom the market share is 25%. Although the EU average is declining, the leading operators in Cyprus and Slovenia continue to have very high market shares [...].« [http://ec.europa.eu/information\\_society/policy/ecommerce/doc/implementation\\_enforcement/annualreports/14threport/annex1.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecommerce/doc/implementation_enforcement/annualreports/14threport/annex1.pdf), dostop na dan 25.3.2009



**Slika 5: Povprečje tržnih deležev mobilnih operaterjev v EU oktobra 2008** (vodilni operater, glavni konkurent, ostali konkurenti skupaj)



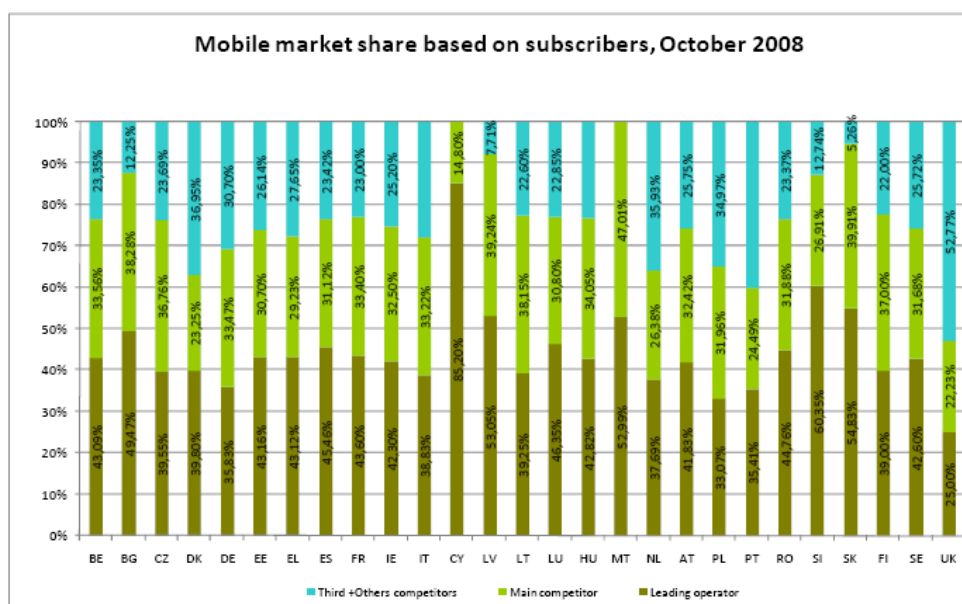
**Market share of the leading operator in the mobile market, October 2008**

Vir: COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT *accompanying the* COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE COUNCIL, THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS PROGRESS REPORT ON THE SINGLE EUROPEAN ELECTRONIC COMMUNICATIONS MARKET (14th REPORT) {COM(2009) 140}<sup>28</sup>

To dokazujejo tudi tržni deleži preostalih konkurentov na trgu, čeprav je treba omeniti, da se je družba Si.mobil s skoraj 28% vztrajno približuje tržnemu deležu, ki ga imajo v povprečju največji alternativni operaterji v Evropski uniji in znaša 31% ter je zadnja leta relativno stabilen, kljub vsemu pa kaže trend rahlega padanja.

**Slika 6: Tržni deleži mobilnih operaterjev glede na končne uporabnike oktobra 2008** (tretji in ostali konkurenti, glavni konkurent, vodilni operater)

<sup>28</sup>[http://ec.europa.eu/information\\_society/policy/ecomm/doc/implementation\\_enforcement/annualreports/14threport/annex1.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomm/doc/implementation_enforcement/annualreports/14threport/annex1.pdf), dostop na dan 25.3.2009



Vir: Volume 2 COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT ANNEX TO THE COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS PROGRESS REPORT ON THE SINGLE EUROPEAN ELECTRONIC COMMUNICATIONS MARKET 2008 (14th REPORT) {COM(2009) 140 final}<sup>29</sup>

V smislu stanja konkurence na slovenskem trgu in nagibanja k slednji v določenem časovnem okviru, ki ga zajema analiza, je zaskrbljujoče dejstvo, da medtem, ko imajo preostali konkurenti (t.j. vsi drugi operaterji, ki so prisotni na upoštevem trgu poleg največjega operaterja in glavnega konkurenta) v evropskem povprečju skoraj 31% tržni delež, v Sloveniji slednji dosegajo zgolj 13,4% tržni delež (v 14. implementacijskem poročilu Evropske komisije je naveden 12,74% tržni delež, ker se podatki nanašajo na oktober 2008).

Iz povedanega izhaja, da v Sloveniji večinski delež trga z 58,9%, ki je daleč nad evropskim povprečjem, obvladuje družba Mobitel. V obdobju, ki ga vnaprej zajema pričujoča analiza, takšnih sprememb, ki bi tržne deleže prerazporedile blizu evropskega povprečja, ni pričakovati, kar ne kaže na nagibanje k učinkoviti konkurenci. Počasnega spreminjanja tržnih deležev, ki smo mu priča, v tem primeru nikakor ne kaže razumeti kot »nestabilnost tržnih deležev skozi merjeno časovno obdobje, ki bi kazala k nagibanju trga k učinkoviti konkurenci«. Upravičeno lahko verjamemo, da ob odsotnosti *ex ante* regulacije na trgu 15, operaterjev Tušmobil in T-2 na trgu ne bi bilo, saj je Mobitel njun vstop onemogočal s postavljanjem nerazumnih cenovnih pogojev, Si.mobil pa se v vmesnem času z novima vstopnikoma, ki sta dostop do mobilnega omrežja potrebovala, ni uspel dogovoriti o takšnem dostopu. Kot navedeno, je bila potrebna intervencija Agencije, ki je na podlagi obveznosti družbe Mobitel novima vstopnikoma uspela zagotoviti dostop do mobilnega omrežja. Ob odsotnosti Tušmobila in T-2, bi bila tržna deleža Mobitela in Si.mobila tako na maloprodaji, kot tudi na veleprodaji pričakovano višja, še posebej ob upoštevanju dejstva, da tržni delež Debitela ves čas merjenega obdobja več ali manj stagnira, proti koncu pa celo upada, rast tržnega deleža Izimobila pa je ves čas zelo zmerna in se je v zadnjem letu merjenega obdobja celo ustavila.

Upoštevati je treba tudi tržne deleže veleprodajnega prometa, ki se na predmetnem veleprodajnem trgu opravlja na posameznem omrežju, vključuje pa promet samemu sebi (*self-supply*), promet za ponudnike storitev in promet za storitev nacionalnega gostovanja.

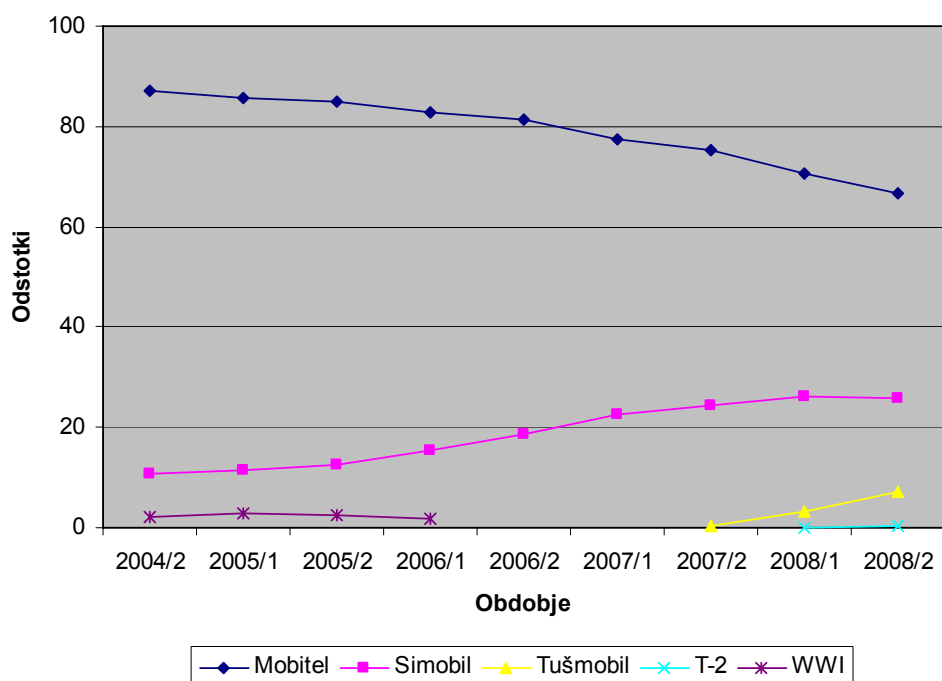
<sup>29</sup>[http://ec.europa.eu/information\\_society/policy/ecomms/doc/implementation\\_enforcement/annualreports/14threport/annex2.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomms/doc/implementation_enforcement/annualreports/14threport/annex2.pdf) dostop na dan 25.3.2009

**Preglednica 4: Govorni promet (veleprodaja) - ponudba samemu sebi, ponudniki storitev in nacionalno gostovanje** (v primerih, ko operaterji ponujajo storitve v paketih oz. v obliki zakupljenih količin, je med navedeni promet šteje dejansko opravljen govorni promet)

	2004/2	2005/1	2005/2	2006/1	2006/2	2007/1	2007/2	2008/1	2008/2
Mobitel	87,0	85,6	84,9	82,8	81,2	77,5	75,4	70,7	66,7
Simobil	10,7	11,6	12,6	15,6	18,8	22,5	24,4	26,1	26,0
Tušmobil	/	/	/	/	/	/	0,2	3,2	7,1
T-2	/	/	/	/	/	/	/	0,01	0,2
WWI	2,3	2,8	2,6	1,6	/	/	/	/	/
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2009

**Slika 7: Govorni promet (veleprodaja) - ponudba samemu sebi, ponudniki storitev in nacionalno gostovanje** (v primerih, ko operaterji ponujajo storitve v paketih oz. v obliki zakupljenih količin, je med navedeni promet šteje dejansko opravljen govorni promet)



Vir: APEK, 2009

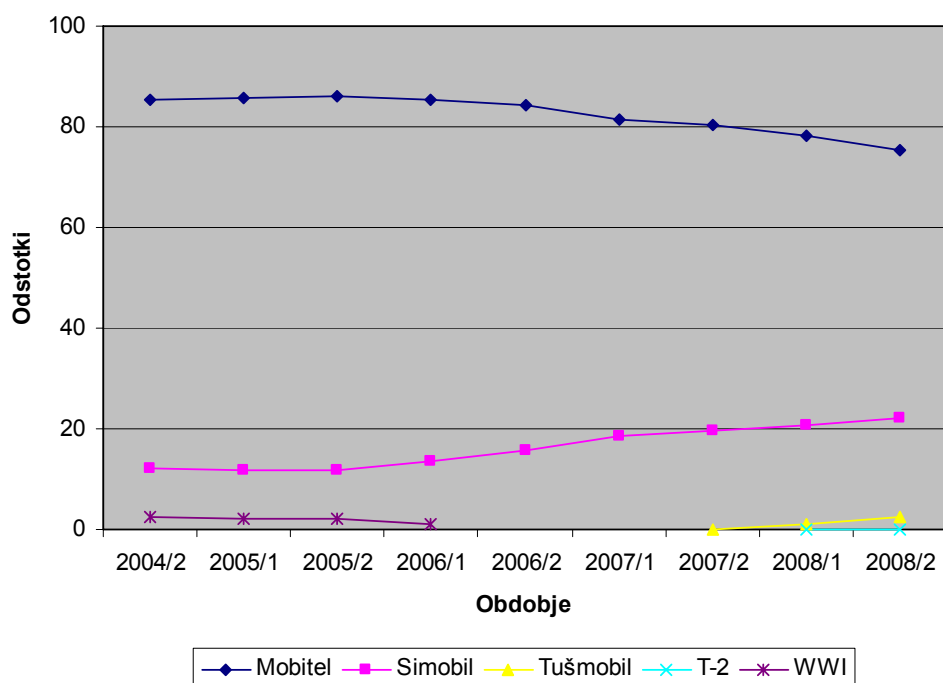
Enak trend, kot smo ga zasledili pri tržnih deležih uporabnikov na veleprodajnem in maloprodajnem trgu, zasledimo tudi pri tržnih deležih govornega prometa, ki ga na veleprodaji opravijo posamezni operaterji. Konec merjenega obdobja je s ponudbo samemu sebi Tušmobil dosegel 7,1% tržnega deleža govornega prometa, skoraj ves ostali tržni delež (razen zanemarljivih 0,2% družbe T-2) pa sta si delila Mobitel in Si.mobil, od česar je delež Mobitela dvotretjinski, torej daleč največji.

**Preglednica 5: Prihodki od govornega prometa (veleprodaja) - ponudba samemu sebi, ponudniki storitev in nacionalno gostovanje** (v primerih, ko operaterji ponujajo storitve v paketih oz. v obliki zakupljenih količin, je med navedeni prihodek šteje le prihodek, ki izvira iz prometa nad količino, ponujeno v paketu oz. zakupljeno količino. Prihodek od paketov oz. zakupljenih količin je vključen pri skupnih prihodkih; glej preglednici 10 in 11)

	2004/2	2005/1	2005/2	2006/1	2006/2	2007/1	2007/2	2008/1	2008/2
Mobitel	81,3	81,8	82,1	85,4	84,4	81,6	80,4	78,2	75,4
Simobil	15,4	15,2	15,1	13,6	15,6	18,4	19,5	20,7	22,1
Tušmobil	/	/	/	/	/	/	0,1	1,1	2,4
T-2	/	/	/	/	/	/	/	0,003	0,2
WWI	3,2	3,0	2,8	1,0	/	/	/	/	/
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2009

**Slika 8: Prihodki od govornega prometa (veleprodaja) - ponudba samemu sebi, ponudniki storitev in nacionalno gostovanje** (v primerih, ko operaterji ponujajo storitve v paketih oz. v obliki zakupljenih količin, je med navedeni prihodek štet le prihodek, ki izvira iz prometa nad količino, ponujeno v paketu oz. zakupljeno količino. Prihodek od paketov oz. zakupljenih količin je vključen pri skupnih prihodkih; glej sliki 10 in 11)



Vir: APEK, 2009

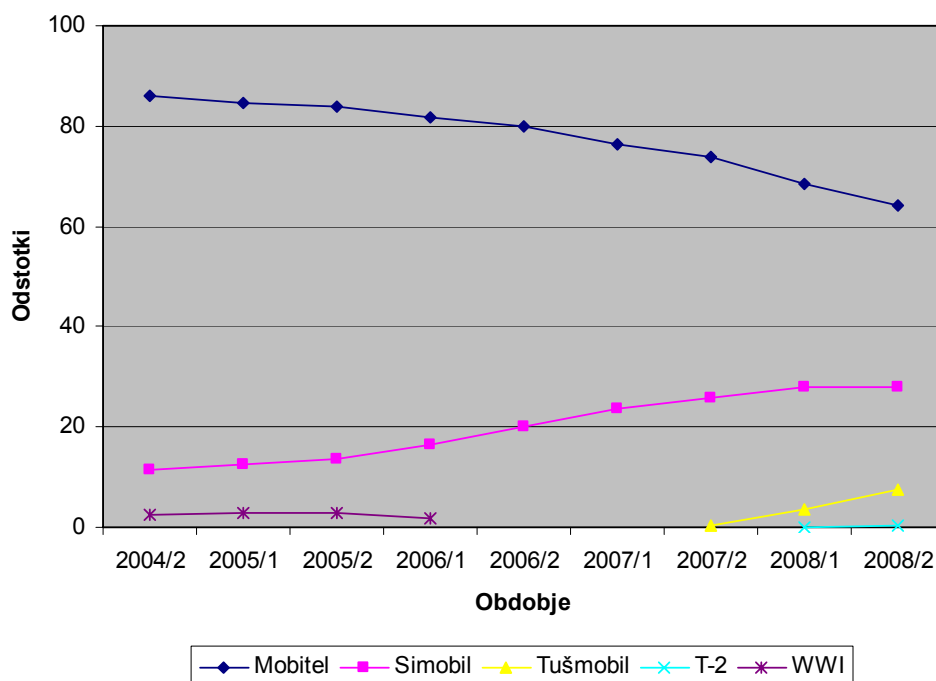
Opazujoč prihodke od zgoraj obravnavanega veleprodajnega prometa vidimo, da tudi slednji kažejo enak trend. Upad deleža Mobitela je konstanten, a skozi obdobje štirih in pol let kljub vsemu zmeren, saj znaša v celotnem obdobju le 5,9 odstotne točke in na koncu merjenega obdobja pušča vsem ostalim operaterjem na trgu le 24,6% tržnega deleža. Na veleprodaji tako Mobitel ustvari daleč največ prihodkov, kar je zaradi dejstva, da je edini ponudnik veleprodajnih storitev drugim operaterjem, deloma tudi razumljivo. Kljub vsemu pa je očitno tudi, da je tržni delež Mobitela zaradi zelo nizkih tržnih deležev končnih uporabnikov operaterjev, ki pri Mobitelu kupujejo storitev dostopa (ponudnika storitev / preprodajalca in uporabnika nacionalnega gostovanja) v zelo veliki meri posledica ponudbe samemu sebi (*self-supply*). Tušmobil tako ustvari zgolj 2,4%, T-2 pa zanemarljiva 0,2% deleža prihodka iz tega naslova. Glede na navedeno in na pretekle trende je očitno, da se trg v trenutnem stanju še ne nagiba k učinkoviti konkurenci in je njegovo predhodno urejanje potrebno.

**Preglednica 6: Govorni promet (veleprodaja) - ponudba samemu sebi** (v primerih, ko operaterji ponujajo storitve v paketih oz. v obliki zakupljenih količin, je med navedeni promet štet dejansko opravljen govorni promet)

	2004/2	2005/1	2005/2	2006/1	2006/2	2007/1	2007/2	2008/1	2008/2
Mobitel	86,0	84,5	83,8	81,8	79,9	76,2	73,9	68,6	64,0
Simobil	11,6	12,5	13,5	16,5	20,1	23,8	25,9	28,0	28,1
Tušmobil	/	/	/	/	/	/	0,2	3,4	7,7
T-2	/	/	/	/	/	/	/	0,01	0,2
WWI	2,5	3,0	2,7	1,7	/	/	/	/	/
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2009

**Slika 9: Govorni promet (veleprodaja) - ponudba samemu sebi** (v primerih, ko operaterji ponujajo storitve v paketih oz. v obliki zakupljenih količin, je med navedeni promet štet dejansko opravljen govorni promet)



Vir: APEK, 2009

Če na veleprodaji opazujemo samo promet samemu sebi (*self-supply*), kar pomeni, da v primeru Mobitela izvezamo govorni promet za ponudnika storitev Debitel in Izimobil ter nacionalno gostovanje (v merjenem obdobju za WWI, Tušmobil in T-2), vidimo, da je, primerjajoč zgolj ponudbo lastnim maloprodajnim enotam trend razporejanja tržnih deležev zelo zmeren, pri čemer Mobitel ohranja zelo visok odstotek tržnega deleža, kar 64%. Tušmobil je v letu 2008 svoj tržni delež sicer več kot podvojil, vendar pa je ta še vedno izjemno nizek, skoraj zanemarljiv pa je tržni delež družbe T-2.

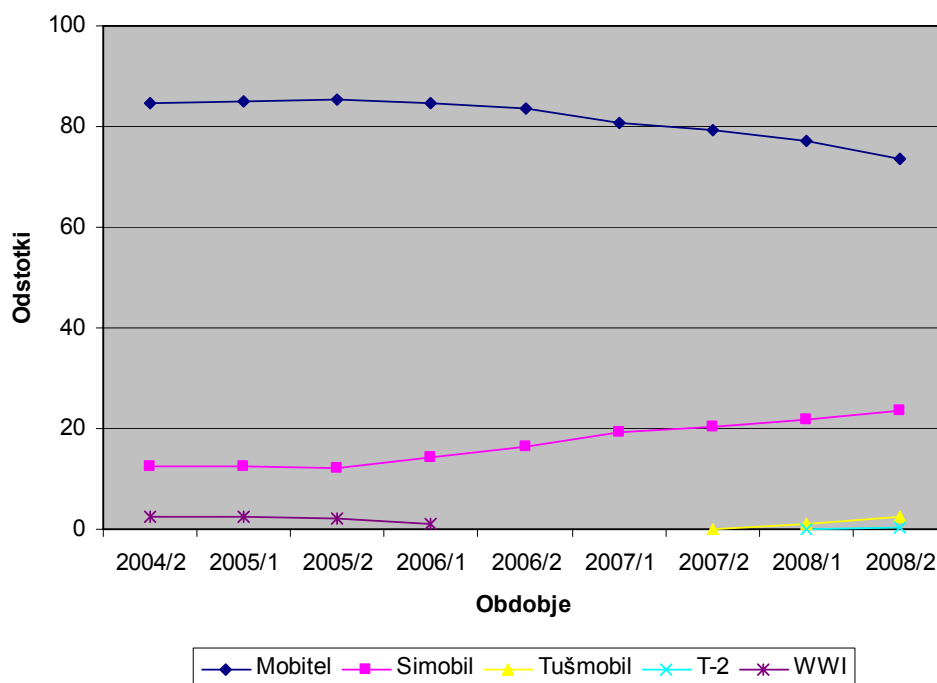
**Preglednica 7: Prihodki od govornega prometa (veleprodaja) - ponudba samemu sebi** (v primerih, ko operaterji ponujajo storitve v paketih oz. v obliki zakupljenih količin, je med navedeni prihodek štet le prihodek, ki izvira iz prometa nad količino, ponujeno v paketu oz.

zakupljeno količino. Prihodek od paketov oz. zakupljenih količin je vključen pri skupnih prihodkih; glej preglednici 10 in 11)

	2004/2	2005/1	2005/2	2006/1	2006/2	2007/1	2007/2	2008/1	2008/2
Mobitel	80,1	80,7	81,0	84,8	83,6	80,6	79,4	77,0	73,6
Simobil	16,4	16,2	16,1	14,1	16,4	19,4	20,5	21,8	23,7
Tušmobil	/	/	/	/	/	/	0,1	1,1	2,5
T-2	/	/	/	/	/	/	/	0,004	0,2
WWI	3,5	3,1	2,9	1,1	/	/	/	/	/
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2009

**Slika 10: Prihodki od govornega prometa (veleprodaja) - ponudba samemu sebi** (v primerih, ko operaterji ponujajo storitve v paketih oz. v obliki zakupljenih količin, je med navedeni prihodek šteje le prihodek, ki izvira iz prometa nad količino, ponujeno v paketu oz. zakupljeno količino. Prihodek od paketov oz. zakupljenih količin je vključen pri skupnih prihodkih; glej sliki 10 in 11)



Vir: APEK, 2009

Enako velja tudi za prihodke iz tega naslova, le da je tudi tukaj trend prerazporejanja tržnih deležev nekoliko počasnejši in dobi pravi zagon šele v letu 2006. Do takrat je razlika med deleži teh prihodkov Mobitela in Si.mobila rasla, od tu naprej pa ves čas zmerno upada. Z naslova prihodkov je delež Mobitela kar 73,6% in skozi merjeno obdobje le počasi pada.

Ker na predmetni upoštevni veleprodajni trg sodijo tudi SMS sporočila, je treba preveriti tudi tržne deleže te storitve.

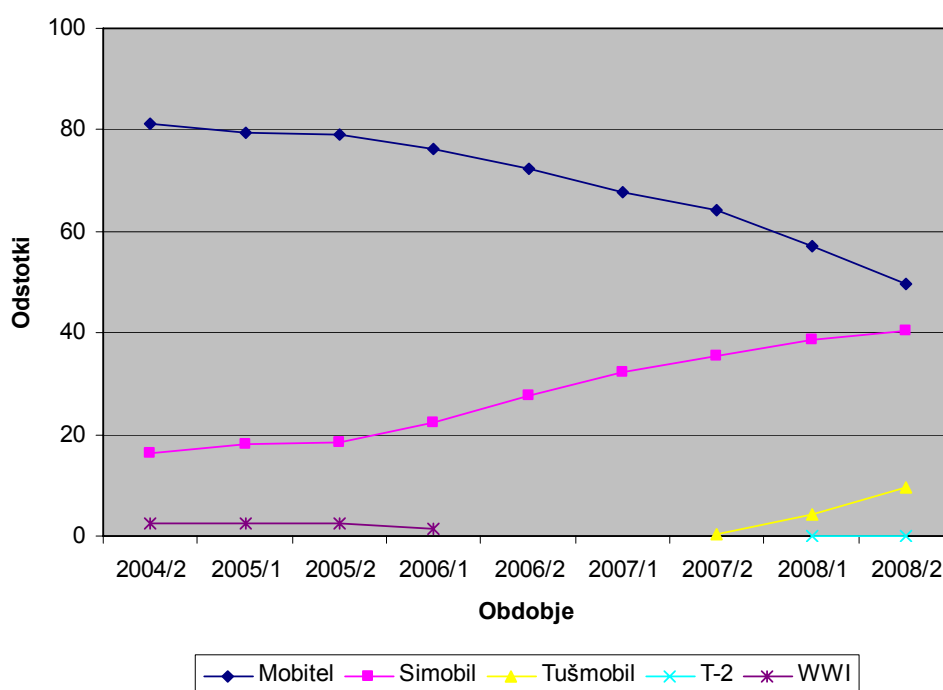
**Preglednica 8: Poslana SMS sporočila (veleprodaja) - ponudba samemu sebi, ponudniki storitev in nacionalno gostovanje** (v primerih, ko operaterji ponujajo storitve v

paketi oz. v obliki zakupljenih količin, so med navedena SMS sporočila šteta dejansko poslana)

	2004/2	2005/1	2005/2	2006/1	2006/2	2007/1	2007/2	2008/1	2008/2
Mobitel	81,2	79,5	79,1	76,2	72,2	67,8	64,4	57,1	49,6
Simobil	16,4	18,1	18,6	22,5	27,8	32,2	35,4	38,7	40,6
Tušmobil	/	/	/	/	/	/	0,3	4,2	9,7
T-2	/	/	/	/	/	/	/	0,004	0,1
WWI	2,4	2,4	2,3	1,3	/	/	/	/	/
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2009

**Slika 11: Poslana SMS sporočila (veleprodaja) - ponudba samemu sebi, ponudniki storitev in nacionalno gostovanje** (v primerih, ko operaterji ponujajo storitve v paketih oz. v obliki zakupljenih količin, so med navedena SMS sporočila šteta dejansko poslana)



Vir: APEK, 2009

Na tem mestu lahko ugotovimo, da sta si v primeru SMS sporočil tržna deleža Mobitela in Si.mobila zelo blizu in je tržni delež Mobitela na tem delu z 49,6% edini od vseh merjenih, ki je minimalno pod 50%. Prav pri deležu poslanih SMS sporočil je videti, da je slednji Mobitelu v merjenem obdobju od vseh najhitreje upadal, ostalim operaterjem pa najhitreje rasel.

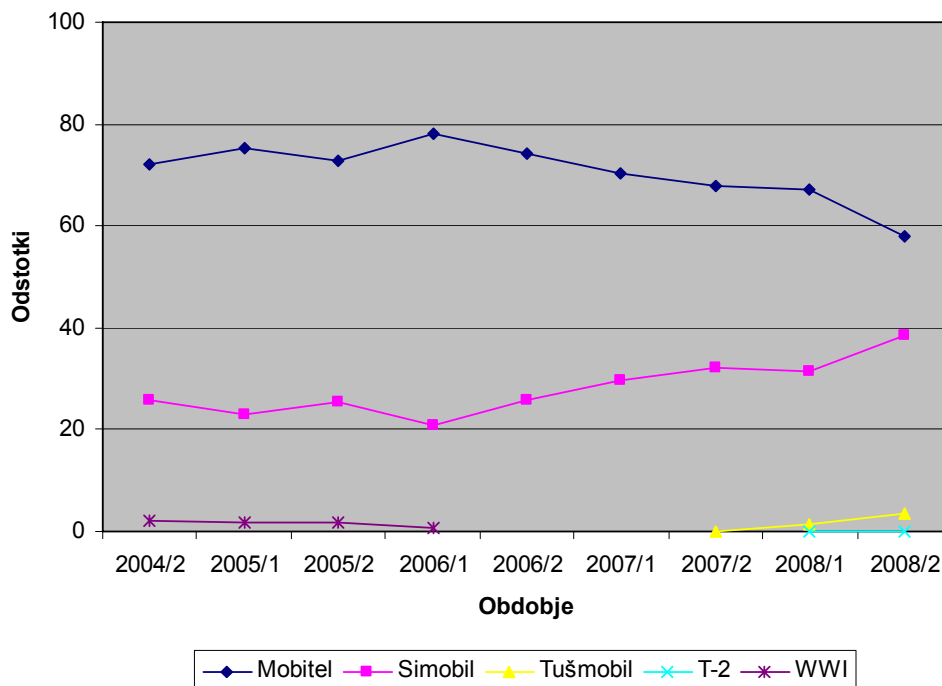
**Preglednica 9: Prihodki od poslanih SMS sporočil (veleprodaja) - ponudba samemu sebi, ponudniki storitev in nacionalno gostovanje** (v primerih, ko operaterji ponujajo

storitve v paketih oz. v obliki zakupljenih količin, je med navedeni prihodek štet le prihodek, ki izvira od poslanih SMS sporočil nad količino, ponujeno v paketu oz. zakupljeno količino. Prihodek od paketov oz. zakupljenih količin je vključen pri skupnih prihodkih; glej preglednici 10 in 11)

	2004/2	2005/1	2005/2	2006/1	2006/2	2007/1	2007/2	2008/1	2008/2
Mobitel	72,1	75,2	72,8	78,2	74,3	70,4	67,7	67,0	58,1
Simobil	25,7	22,9	25,3	20,9	25,7	29,6	32,2	31,6	38,4
Tušmobil	/	/	/	/	/	/	0,1	1,4	3,4
T-2	/	/	/	/	/	/	/	0,0	0,1
WWI	2,2	1,9	1,9	0,8	/	/	/	/	/
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2009

**Slika 12: Prihodki od poslanih SMS sporočil (veleprodaja) - ponudba samemu sebi, ponudniki storitev in nacionalno gostovanje** (v primerih, ko operaterji ponujajo storitve v paketih oz. v obliki zakupljenih količin, je med navedeni prihodek štet le prihodek, ki izvira od poslanih SMS sporočil nad količino, ponujeno v paketu oz. zakupljeno količino. Prihodek od paketov oz. zakupljenih količin je vključen pri skupnih prihodkih; glej sliki 10 in 11)



Vir: APEK, 2009

Tudi pri prihodkih iz veleprodajnih SMS sporočil je slika podobna, kot pri ostalih prihodkih iz veleprodajnih storitev, kjer je videti, da je Si.mobil tržni delež prihodkov tudi iz te storitve v začetku leta 2006 nekoliko znižal ob tem, da je zvišal delež poslanih SMS sporočil. Že od druge polovice leta 2006 se razlika med tržnima deležema Mobitela in Si.mobila počasi manjša. Kljub temu je tržni delež Mobitela na tem segmentu z 58,1% še vedno daleč najvišji.

**Preglednica 10: Skupni prihodki (veleprodaja) - ponudba samemu sebi, ponudniki storitev in nacionalno gostovanje** (med navedene prihodke so vključeni prihodki od

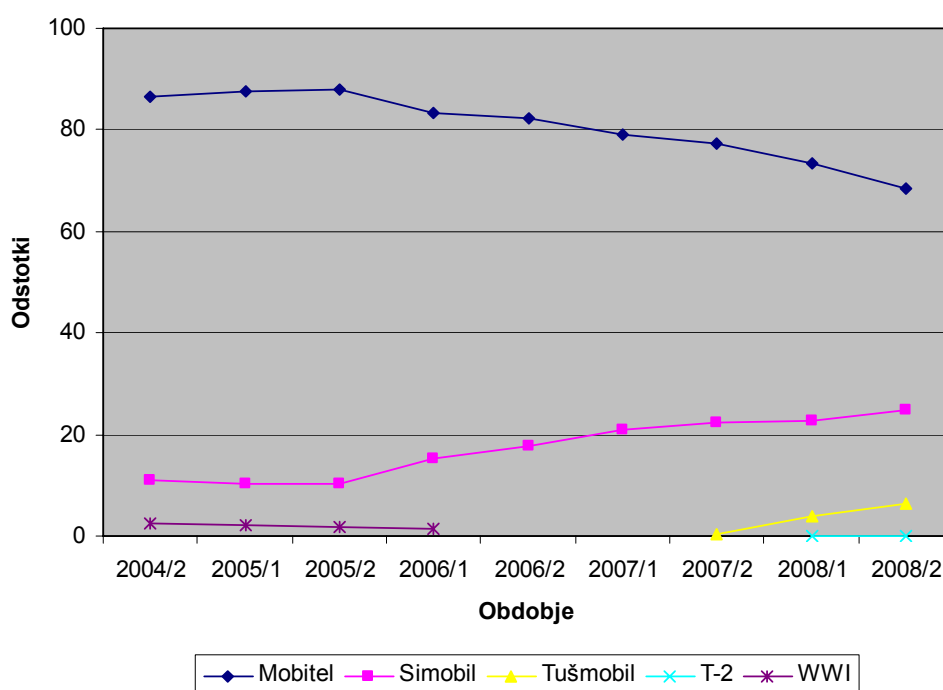


dostopa (ki vključujejo priključnine, naročnine oz. zakupnine), govornega prometa in SMS sporočil)

	2004/2	2005/1	2005/2	2006/1	2006/2	2007/1	2007/2	2008/1	2008/2
Mobitel	84,6	85,8	86,2	83,4	82,3	79,2	77,5	73,3	68,4
Simobil	12,7	11,9	11,8	15,3	17,7	20,8	22,3	22,9	25,0
Tušmobil	/	/	/	/	/	/	0,2	3,8	6,4
T-2	/	/	/	/	/	/	/	0,003	0,1
WWI	2,7	2,3	2,0	1,3	/	/	/	/	/
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2009

**Slika 13: Skupni prihodki (veleprodaja) - ponudba samemu sebi, ponudniki storitev in nacionalno gostovanje** (med navedene prihodke so vključeni prihodki od dostopa (ki vključujejo priključnine, naročnine oz. zakupnine), govornega prometa in SMS sporočil)



Vir: APEK, 2009

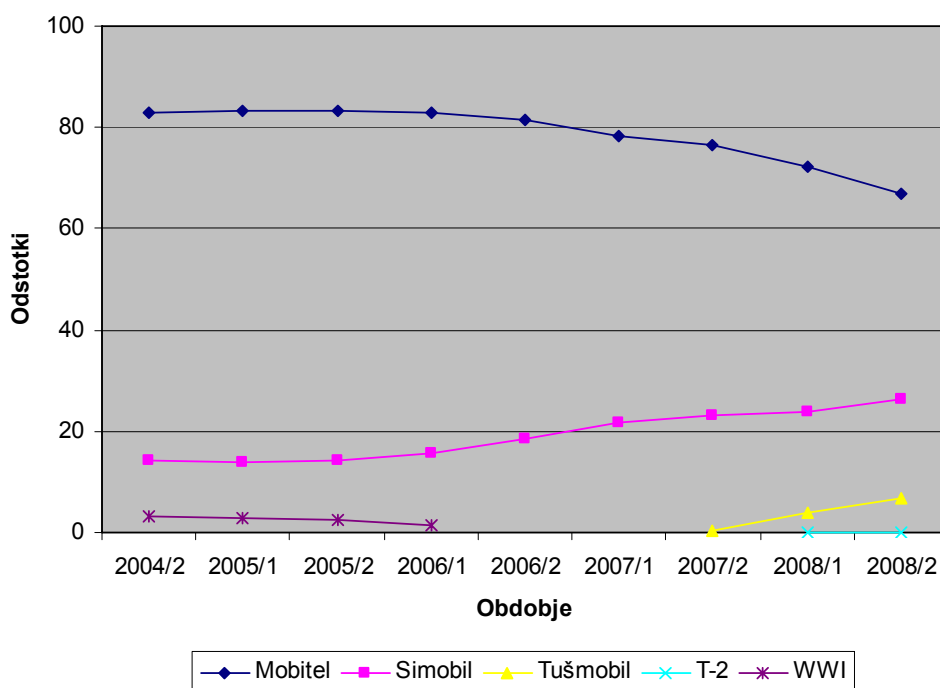
Ob merjenju prihodkov od storitev, ki sodijo na predmetni upoštevni trg (odhodni govorni klici in SMS sporočila), ne smemo zanemariti dejstva, da operaterji javnih mobilnih telefonskih omrežij tržijo različne naročniške pakete. Nekateri ponujajo med drugim (ali celo izključno) tudi naročniške pakete, ki znotraj naročnine oziroma zakupnine za določen fiksn znesek uporabniku zagotavljajo tudi določeno količino vključenih storitev, ki smo jih sicer tu prikazovali ločeno. Iz tega razloga se je Agencija odločila analizirati tudi prihodke, ki jih operaterji javnih mobilnih telefonskih omrežij ustvarijo tako z naslova priključnin, naročnin in zakupnin, posredovanega govornega prometa (domači *on net* klici, *off net* klici in mednarodni klici) ter podatkovnih storitev (SMS, MMS in prenos podatkov). Podatki vključujejo tako ponudbo operaterjev samim sebi, kot tudi drugim operaterjem (ponudnikom storitev / preprodajalcem in uporabnikom nacionalnega gostovanja). Analiza je pokazala, da je v tem pogledu največji delež, 68,4% pripadel Mobitelu in se znižuje šele od leta 2006. Mobitel tako še vedno obvladuje daleč največji del prihodkov, tržni delež mu pada zgolj zmerno.

**Preglednica 11: Skupni prihodki (veleprodaja) - ponudba samemu sebi** (med navedene prihodke so vključeni prihodki od dostopa (ki vključujejo priključnine, naročnine oz. zakupnine), govornega prometa in SMS sporočil)

	2004/2	2005/1	2005/2	2006/1	2006/2	2007/1	2007/2	2008/1	2008/2
Mobitel	79,2	80,0	80,0	82,9	81,7	78,4	76,6	72,2	66,9
Simobil	17,1	16,7	17,1	15,8	18,3	21,6	23,2	23,8	26,2
Tušmobil	/	/	/	/	/	/	0,2	4,0	6,8
T-2	/	/	/	/	/	/	/	0,004	0,2
WWI	3,7	3,3	3,0	1,3	/	/	/	/	/
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2009

**Slika 14: Skupni prihodki (veleprodaja) - ponudba samemu sebi** (med navedene prihodke so vključeni prihodki od dostopa (ki vključujejo priključnine, naročnine oz. zakupnine), govornega prometa in SMS sporočil)



Vir: APEK, 2009

Agencija je analizirala tudi prihodke, ki jih operaterji javnih mobilnih telefonskih omrežij ustvarijo z naslova priključnin, naročnin in zakupnin, posredovanega govornega prometa (domači *on net* klici, *off net* klici in mednarodni klici) ter podatkovnih storitev (SMS, MMS in prenos podatkov). Podatki vključujejo samo ponudbo operaterjev samim sebi. Ob tem je mogoče ugotoviti, da sta se tržna deleža Mobitela in Si.mobila pričela približevati šele v drugi polovici leta 2006. Mobitel tako tudi pri ponudbi samemu sebi (*self-supply*) obvladuje le za 1,5% točke manjši tržni delež, kot če med prihodke vključimo tudi prihodke od veleprodaje z naslova ponudnikov storitev / preprodajalcev in operaterjev, ki uporabljajo storitev nacionalnega gostovanja. Očitno je, da družba Mobitel tudi sama zase obvladuje dve tretjini trga, pri čemer ji tržni delež v štirih letih upade zgolj za 12,3 odstotne točke.

Z vidika tržnih deležev lahko opazimo, da spremembe niso drastične. Napačno pa bi si bilo slednje *a priori* razlagati v smislu premikov tržnih deležev, ki bi kazali na nagibanje obravnavanega trga k učinkoviti konkurenci. Dogajanje v zvezi s slednjimi je potrebno opazovati ob upoštevanju ostalih dejstev, ki imajo na kvantitativno interpretacijo bistven vpliv. Prihod novih infrastrukturnih operaterjev pomeni veliko večjo neposredno grožnjo kot obstoj

obstoječih dveh ponudnikov storitev / preprodajalcev. Glede na to, da ponudnik storitev deluje na omrežju infrastrukturnega operaterja in mu skladno s pogodbenimi obveznostmi (predvsem iz tehničnih razlogov) ves čas vnaprej napoveduje maloprodajne strategije (tako z vidika nabora in oblike storitev, kot tudi z vidika pričakovanih količin prometa), je ponudnik storitev s tega vidika veliko manj nevaren in bolj predvidljiv konkurent, kot infrastrukturni operater, ki v tem smislu deluje bolj neodvisno in manj predvidljivo. Značilnost ponudnikov storitev je tudi, da gre v večini primerov načeloma za nišne operaterje, ki praviloma ne posegajo po zelo velikih tržnih deležih. Glede na to, da imamo v Sloveniji zgolj dva ponudnika storitev, njun skupni tržni delež na maloprodajnem trgu pa je nizek in relativno stalen, oba ne predstavljata resne grožnje za bistvene spremembe na maloprodajnem trgu. Operater se lahko na sprotne oziroma celo prihodnje aktivnosti ponudnika storitev odzove tako še pred ponudnikom storitev samim, lahko pa mu tudi odreče dostop ali izvajanje določenih storitev na njegovem omrežju, ali mu jih oteži s postavljanjem nerazumnih tehničnih ali komercialnih pogojev ter tako sebi v prid posega na dogajanje na trgu in razporeditev tržnih deležev. Upoštevati je treba dejstvo, da lahko ponudnik storitev razlog za svoje delovanje utemelji zgolj z ustrezno razliko med veleprodajno in maloprodajno ceno, ki mora biti na trgu konkurenčna. Zaostrovanje veleprodajnih pogojev lahko zato postavi njegov obstoj na trgu pod vprašaj, lahko pa ga celo prisili do izstopa iz trga. S tega vidika je ponudnik storitev ves čas pod »nadzorom« operaterja, ki mu daje na voljo infrastrukturo za delovanje. Gre za dominanten položaj, ki se mu ne da izogniti. Njegov negativen vpliv lahko zmanjša zgolj obstoj konkurenčnih razmer na trgu ali obveznosti, ki sledijo iz predhodnega urejanja trga, torej *ex ante* regulacija. V kolikor na trgu obstaja učinkovita konkurenca, infrastrukturni operater svojega dominantnega položaja ne bo izkoristil, saj bi ponudnik storitev utegnil takšno ravnanje kaznovati s tem, da bi po enake storitve odšel h konkurenčnemu operaterju. Predpogoj za to, obenem torej tudi nujen, a ne zadosten pogoj za konkurenčen trg, je interes in sposobnost konkurenčnega infrastrukturnega operaterja za nudenje takšne veleprodajne storitve. Če je na veleprodajnem trgu infrastrukturnih operaterjev več, je njihov vsesplošen interes za ponujanje veleprodajnih storitev (in posledično ustvarjanje veleprodajnih prihodkov iz tega naslova) bistveno bolj verjeten, kot v primeru, če je takšnih operaterjev malo, ali če je celo samo eden. V tem primeru je ob odsotnosti *ex ante* regulacije ponudniku storitev / preprodajalcu ali operaterju, ki uporablja oz. želi uporabljati storitev nacionalnega gostovanja ali storitev MVNO, onemogočena uporaba izravnalne kupne moči, kar pomeni, da bo bodisi ostal brez dostopa do omrežja, bodisi bo sprejemal nerazumne pogoje, kar bo v smislu omejevanja vplivalo na njegov maloprodajni tržni delež, skrajna meja discipliniranja pa lahko pomeni tudi izriv iz trga.

V primeru razmer na slovenskem trgu, kjer so sicer prisotni štirje infrastrukturni operaterji, na podlagi hipoteze zadostnega števila ponudnikov te veleprodajne storitve, ki v veliki meri zagotavljajo konkurenčne razmere na tem veleprodajnem trgu, ne moremo zaključiti, da se trg nagiba k učinkoviti konkurenci, saj zadnja dva vstopnika zaradi neustrezno razvite lastne infrastrukture ne moreta ponuditi ekvivalentne veleprodajne storitve ponudnikom storitev ali operaterjem, ki bi povpraševali po kateri drugi obliki dostopa (navidezni operaterji mobilnih omrežij ali operaterji, ki bi želeli uporabljati nacionalno gostovanje). Njuni omrežji sta bistveno premalo razviti za celovito in samostojno ponujanje njunih lastnih storitev, zaradi česar tudi sama uporabljata dostop do omrežja največjega infrastrukturnega operaterja, v njunem primeru storitev nacionalnega gostovanja. Kot pa je Agencija pokazala že v poglavju 6.1.1.5., kjer je bilo izpostavljeno dejstvo, da se tudi družba Si.mobil srečuje z ovirami, zaradi katerih na veleprodajnem trgu ne more ponuditi enakovrednih storitev dostopa do svojega mobilnega omrežja in klicev iz tega omrežja, kot lahko to stori družba Mobitel, tudi prisotnost družbe Si.mobil na trgu ne spremeni dejstva, da učinkovite konkurence na predmetnem veleprodajnem trgu ni.

Namreč, omrežje družbe Si.mobil sicer dosega stopnjo pokritosti prebivalstva in ozemlja Slovenije, ki je v veliki meri primerljiva z omrežjem Mobitela, vendar je pri tem pomembno dejstvo, da Si.mobil tako geografsko pokritost, kot pokritost prebivalstva in kapacitete omrežja zagotavlja z bistveno nižjim številom baznih postaj kot družba Mobitel. Nesporno

dejstvo je namreč, da je radijsko in jedrno omrežje Si.mobila bistveno manjše v primerjavi z Mobitelovim, kar pomeni tudi, da lahko zagotavlja manjše kapacitete v smislu prometa. Tako bi moral Si.mobil za to, da bi novemu vstopniku ponujal veleprodajne storitve dostopa do svojega omrežja in posredovanje klicev iz tega omrežja v enakem obsegu kot Mobitel, v zelo kratkem času opraviti v svojem omrežju tehnične posege in nadgradnje, ki jih družbi Mobitel zaradi razpoložljivih kapacitet in izkušenj, ki jih na tem veleprodajnem segmentu že ima, ni potrebno opraviti. Si.mobil bazo končnih uporabnikov na svojem omrežju še vedno povečuje in temu primerno sprotno smotrno nadgrajuje potrebne omrežne in druge kapacitete, po drugi strani pa družbi Mobitel tržni delež lastnih končnih uporabnikov postopno upada. Kot je bilo razvidno iz analize tržnih deležev, Si.mobil skozi merjeno obdobje počasi povečuje svoje tržne deleže, tudi v smislu volumnov prometa, istočasno pa jih Mobitel skozi merjeno obdobje počasi znižuje. Pri tem je seveda pomembno tudi že omenjeno dejstvo, da je omrežje Mobitela tudi sicer bistveno bolj dimenzionirano kot Si.mobilovo, že z vidika radijskega in jedrnega dela, ob tem pa Mobitel že od leta 1998 ponuja veleprodajne storitve ponudnikom storitev / preprodajalcem in od leta 2001 tudi veleprodajne storitve nacionalnega gostovanja, kar mu tudi glede pridobljenega znanja in izkušenj daje bistveno prednost pred Si.mobilom, ki slednjih za hiter in operativen vstop na ta veleprodajni trg tudi za druge operaterje (poleg ostalih navedenih tehničnih omejitev), še nima.

Trenutno je torej stanje na trgu takšno, da v smislu operaterjev, ki lahko ponujajo dostop ponudnikom storitev, ne moremo govoriti o štirih operaterjih (kolikor jih v resnici je) temveč o dejansko le o enem, ki je v tem trenutku infrastrukturno sposoben nuditi celostne veleprodajne storitve.

Bistveno bolj nepredvidljivo kot obstoječa ponudnika storitev / preprodajalca, bi lahko na trgu nastopila dva nova infrastrukturna operaterja, prav zaradi odsotnosti omejitev, kot so bile zgoraj opisane v primeru ponudnikov storitev. Tozadevno bi lahko na tržne deleže na maloprodaji in veleprodaji infrastrukturna operaterja v prihodnosti vplivala v veliko večji meri, sprememba pa bi lahko pomenila prerazporeditev teh tržnih deležev, ki bi bila za glavna konkurenta bistveno manj ugodna. Ker sta oba nova vstopnika prišla na trg šele pred kratkim časom, nimata v zadostni meri razvite lastne infrastrukture, zaradi česar uporabljata storitve nacionalnega gostovanja, dostop do katerih sta si pri trenutnem operaterju s pomembno tržno močjo na trgu 15 zagotovila šele z intervencijo Agencije po tem, ko sta nanjo naslovila predlog za rešitev spora. Zanju v tem smislu ves čas uporabe nacionalnega gostovanja veljajo podobne omejitve, kot za ponudnike storitev, povedano drugače, njuno delovanje na trgu je še bolj predvidljivo, kot bi bilo sicer, odvisnost od ponudnika nacionalnega gostovanja pa velika, celo ob prisotnosti *ex ante* ukrepov. V obdobju uporabe nacionalnega gostovanja sta lahko zato rast deležev in razvoj novih vstopnikov bolj kontrolirana kot bi bila, če bi delovala neodvisno od dostopa do omrežja drugega operaterja, njun vpliv na trgu pa v tem obdobju sorazmerno s tem manjši.

Vpliv Tušmobila in T-2 na maloprodajne in veleprodajne tržne deleže je v obdobju njune uporabe storitve nacionalnega gostovanja še vedno zelo omejen in lahko nadzorovan, še posebej z vidika vnaprejšnjega napovedovanja zakupa kapacitet omrežja operaterju, pri katerem Tušmobil in T-2 kupujeta veleprodajno storitev nacionalnega gostovanja. V kolikor bi bila Tušmobil in T-2 dolgoročno s konkurenčnimi ponudbami na trgu uspešna, bi lahko hipotetično štirje infrastrukturni operaterji dolgoročno obvladovali vsak nekaj pod četrtino, ali malo nad petino maloprodajnega trga, ostalo pa bi si delili ponudniki storitev. Prav iz tega pa v veliki meri izhaja iniciativa operaterja, ki lahko izrablja pomembno moč na trgu, da poskuša takšen izid preprečiti in zato konkurenco omejevati.

Stanje tržnih deležev prevladujočega operaterja nasproti konkurentom je dodaten pokazatelj, da se trg v obdobju do naslednje analize, torej v obdobju predvidoma dveh let, ne nagiba h konkurenčnim razmeram, temveč ravnó nasprotno. Trg se bo lahko pričel nagibati k učinkoviti konkurenci šele, ko bosta nova vstopnika, Tušmobil in T-2, infrastrukturno toliko

neodvisna, da tovrstno protikonkurtenčno ravnanje prevladujočega operaterja nanju ne bo imelo več tako usodnega vpliva.

To pa pomeni, da bi imela nova vstopnika, ki sta primorana v razvoj lastnega omrežja veliko investirati, težave pri učinkovitem pridobivanju končnih uporabnikov in neposredno s tem povezanih prihodkov, pri čemer bi ju ravnanja izkoriščanja pomembne tržne moči lahko celo izrinila s trga. S tem bi se trg še bolj okrepil in zaprl, v posledici česar bi največ škode utrpeli končni uporabniki. Na podlagi povedanega je v okviru preverjanja tržnih deležev mogoče zaključiti, da se upoštevni trg v odsotnosti regulacije in posledično naloženih ukrepov predhodnega urejanja v določenem časovnem okviru ne nagiba k učinkoviti konkurenci, saj bi operater s pomembno tržno močjo izkoriščal svoj položaj na trgu, pri čemer bi se vsi morebitni novi ponudniki soočali z visokimi vstopnimi ovirami.

Glede na povedano Agencija ugotavlja, da je tudi z vidika analiziranega kriterija očitno, da struktura trga ni takšna, da bi se nagibala h konkurenčnim razmeram v času, ki ga zajema analiza in zato zahteva njegovo predhodno urejanje.

### **6.2.2. Cenovni trendi in cenovna politika**

Pri ocenjevanju, ali se upoštevni trg nagiba k učinkoviti konkurenci v določenem časovnem okviru, je lahko Agenciji v pomoč analiza cenovnih trendov in cenovne politike. Cenovni trendi in cenovna politika v določenem časovnem okviru lahko namreč odražajo stopnjo konkurenčnosti trga oziroma stopnjo potencialne konkurence na njem in tako lahko predstavljajo kazalec, ali se stanje na predmetnem trgu nagiba k učinkoviti konkurenci.

Pomemben kazalec strukture trga, ki se ne nagiba k učinkoviti konkurenci, je možnost operaterja, da ohranja cene storitev na ravni, ki so občutno nad konkurenčnim nivojem in ki mu prinašajo konstanten dobiček, ali pa na ravni, ki je pod konkurenčnim nivojem in mu na ta način omogoči izčrpati konkurenco, ki takšnega cenovnega pritiska v istem časovnem obdobju ne more prenesti. Oboje ima za posledico omejevanje konkurence tako na maloprodajnem kot tudi na zadevnem veleprodajnem trgu, lahko pa celo izstop konkurenčnih operaterjev, posledica česar je monopolno, duopolno ali pa oligopolno oblikovanje cen na škodo končnih uporabnikov.

Glede veleprodajnih cen bi lahko govorili o relativno podobni stroškovni strukturi omrežij Mobitela in Si.mobila kvečjemu z vidika primerljivosti omrežij po tehnologijah, uporabljenih frekvenčnih spektrih, pokritosti prebivalstva, ozemlja in po storitvah, ki jih obe družbi preko teh omrežij ponujata. V absolutnih številkah promet obema družbama raste, tako na originaciji, kot tudi na terminaciji, kar dodatno vpliva na stroške omrežja in posledično tudi stroške za opravljanje posameznih veleprodajnih storitev. Med omrežjema obeh družb je bilo zgoraj pokazano tudi zmerno zmanjševanje razlik v smislu tržnih deležev (posledično približajočih ekonomij obsega, glede na posamični omrežji), pri čemer pa je še vedno očitno, da Mobitel obvladuje vse merjene tržne deleže na visoki ravni in skoraj brez izjeme nad 50%, torej pred vsemi konkurenti. Mobitel na tem veleprodajnem trgu razpolaga z višjimi ekonomijami obsega kot Si.mobil, po drugi strani pa ima tudi bistveno večje omrežje, kot družba Si.mobil, zaradi česar bi lahko predvideli, da bi lahko obe družbi eventualno oblikovali primerljivi ceni veleprodajnih storitev (kar se je na ločenem trgu za terminacijo govornih klicev v posamičnih javnih mobilnih omrežjih dokazalo tudi v analizi trga, enako pa sledi tudi iz odločb obema omenjenima operaterjema na teh trgih, kjer je do konca marca 2009 predvidena izenačitev cen zaključevanja klicev), posredno pa tudi za oblikovanje primerljivih cen maloprodajnih storitev. Slednjega ne moremo trditi za infrastrukturna operaterja Tušmobil in T-2, ki kot kasnejša vstopnika ne razpolagata z lastnima omrežjema, ki bi bila izgrajena v celoti, ne razpolagata s primerljivima ekonomijama obsega in povezanosti, veleprodajni in maloprodajni tržni deleži Tušmobila so s Si.mobilom, še posebej pa z Mobitelom neprimerljivi, pri čemer so posamezni tržni deleži družbe T-2 tako nizki, da so za primerjalno analizo težko aplikativni. Pri tem je treba navesti tudi, da oba kasnejša vstopnika

za potrebe delovanja na maloprodajnem trgu od Mobitela najemata omrežne kapacitete, kar ju postavlja v slabši položaj z vidika stroškovnih struktur med infrastrukturnimi operaterji.

Glede neprimerljive strukture stroškov s kasnejšima vstopnikoma obstaja nevarnost, da bi s cenovno politiko Mobitel in Si.mobil iz trga izključila svoje konkurente. Cenovni pritisk lahko oba izvajata na maloprodajnem trgu, Mobitel pa ga lahko prenaša tudi na veleprodajni nivo. Oba imata možnost, neprimerno dlje kot njuna konkurenta, na maloprodajnem trgu delovati s predatorskimi maloprodajnimi cenami, s tem pa računati na povrnitev izpada prihodkov zaradi takšnih cen kasneje, ko bi se na trgu z odhodom konkurenčnih operaterjev dokončno ustvaril duopol, uporabniki pa ne bi imeli možnosti izbire, temveč bi morali za storitev plačati postavljeno ceno pri enem od zgolj dveh ponudnikov.

Kot je Agencija navedla že večkrat, sta bila nova vstopnika Tušmobil in T-2 ob razumni zahtevi za medoperaterski dostop (ki je bila Mobitelu vložena na podlagi obveznosti kot OPTM, torej ob prisotnosti *ex ante* regulacije) deležna največjega oviranja za odobritev zahtevanega dostopa prav na podlagi postavitve nerazumnih komercialnih pogojev. Mobitel se je z obema vstopnikoma sicer o dostopu na splošno pogajal, vendar je vedel, da je lahko s postavitvijo veleprodajnih cen na tako nivo, ki za nova vstopnika ne bi bil sprejemljiv, saj ne bi bil več ekonomsko upravičen, njun dejanski vstop onemogočen. Ob odsotnosti posredovanja Agencije bi operaterja, ki sta povpraševala po operaterskem dostopu, na noben način ne mogla s pogajanjem doseči razumnih, oz. reguliranih cen medoperaterske storitve dostopa. S tem bi jima bil vstop na trg onemogočen že v fazi dogovarjanja o sami zagotovitvi operaterskega dostopa.

Na konkurenčnih trgih z večjim številom infrastrukturnih operaterjev so veleprodajne cene postavljene na stroškovno raven, kar preprečuje, da bi kdo od igralcev na trgu uspešno uveljavljal cene, ki bi bile bistveno nad stroški. Slovenski veleprodajni trg kljub dejstvu, da so na njem štirje infrastrukturni mobilni operaterji, dejansko sestavljata zgolj dva, ki imata edina dovolj razvito infrastrukturo, ki jima omogoča samostojno delovanje za ponujanje lastnih storitev, le eden pa lahko, kot je bilo že pokazano, v primernem času omogoči tudi ponujanje veleprodajnih. Iz tega razloga je navedeni predpogoj za konkurenčnejše razmere na trgu neizpolnjen. Nova vstopnika s strani Mobitela in Si.mobila nista bila sprejeta z odobravanjem. Medtem, ko je na trgu dostopa in posredovanja klicev iz mobilnih omrežij regulirani operater Tušmobilu zavračal z odločbo naloženo obveznost dostopa in postavljaj komercialne pogoje, kot da regulacija na tem trgu ne bi obstajala ter zavlačeval s pogajanjem, je družba Si.mobil, ki medoperaterskega dostopa tudi ni omogočila, na drugem reguliranem veleprodajnem trgu (trgu za zaključevanje klicev), kjer je imela prav tako z odločbo Agencije naložene obveznosti, slednjemu postavljala nerazumne tehnične, predvsem pa komercialne pogoje, zaradi katerih je Agencija sprožila postopek nadzora izpolnjevanja regulatorne odločbe in uvedla postopek o prekršku. Vzporedno s tem je družba Si.mobil Agenciji posredovala svoje videnje prihoda novega infrastrukturnega operaterja na trg, ki ga je označila kot izkrivljanje poštene konkurence, ki je v nasprotju s konkurenčnim pravom.

Glede na povedano je očitno, da struktura trga v ničemer še ni takšna, da bi kazala nagibanje h konkurenčnosti trga v obdobju, ki ga analiza kot prihodnje ocenjuje, torej v obdobju dveh do treh let, ko se za nova vstopnika upravičeno pričakuje, da bosta postala infrastrukturno dovolj samostojna, s čimer bodo doseženi osnovni predpogoji za nagibanje trga k učinkoviti konkurenci. Agencija je prepričana, da bo šele obstoj več kot dveh dovolj razvitih in samostojnih infrastrukturnih operaterjev na slovenskem trgu zagotovil takšno strukturo zadevnega medoperaterskega trga, ki se bo lahko pričel nagibati k učinkoviti konkurenci. Da je takšna že sedanja struktura trga, je mogoče izključiti na podlagi izkušenj in okoliščin ob vstopanju novih operaterjev na trg.

Odsotnost *ex ante* regulacije bi bila z vidika tega podkriterija v relevantnem prihodnjem obdobju nevarna, saj bi Si.mobilu, v največji meri pa Mobitelu, ki na tem veleprodajnem trgu sploh lahko ponudi (pa tudi zavrne) dostop tudi drugim operaterjem, omogočala izkoristiti

nabor vzvodov moči na način, ki bi konkurente prizadela na enem najboljčutljivejših področjih, to je na veleprodajnih in posledično maloprodajnih cenah. Mehanizmi za uveljavitev te prakse ob odsotnosti *ex ante* regulacije so preprosti, saj je trg na tem področju izjemno transparenten, še posebej ob dejstvu, da je na trgu zgolj en operater, ki takšno veleprodajno storitev dostopa ponuja, pa ta očitno glede na ravnanje, ki ga je pokazal ob vstopu dveh novih operaterjev, zasleduje cilj ohranjanja prihodkov, ki mu ga prinašajo tržni deleži na maloprodaji in ki jih novi vstopniki ogrožajo. Vsekakor pa je takšno delovanje in zasledovanje ciljev lažje, če je ponudnikov veleprodajnih storitev dostopa manj in so infrastrukturo nerazviti, kot pa če jih je več in so infrastrukturo neodvisni, zato je Agencija prepričana, da bo šele prisotnost več kot dveh razvitih infrastrukturnih operaterjev, ki lahko neodvisno ponujajo storitve svojim uporabnikom imela za posledico takšno strukturiranje predmetnega trga, da se bo ta nagibal k učinkoviti konkurenci.

### 6.2.3. Potencialna konkurenca

Pri ocenjevanju, ali se upoštevni trg nagiba k učinkoviti konkurenci v določenem časovnem okviru, je Agenciji v pomoč preverjanje obstoja potencialne konkurence. Stopnja potencialne konkurence je odvisna od možnosti vstopa novih operaterjev na trg. Grožnja vstopa potencialnega konkurenta lahko prepreči obstoječim operaterjem na relevantnem upoštevni trgu, da bi zaradi svoje pomembne tržne moči dvignili cene mobilnih telefonskih storitev nad konkurenčni nivo. V tem primeru deluje grožnja potencialne konkurence tako, da slabi možnosti ohranjanja visokih cen storitev, ki bi bile sicer uveljavljene na manj konkurenčnem trgu. Vendar, v kolikor na določenem upoštevni trgu obstajajo visoke vstopne ovire, je ta grožnja oslABLJENA ali pa je celo ni. Zato je primarno potrebno znižati oziroma odstraniti vstopne ovire, saj bi v nasprotnem primeru ohranjanje takega stanja, ko *ex ante* regulacija ob takšnih okoliščinah ne bi bila prisotna, vodilo v zaprtje trga in izločitev konkurenčnih operaterjev (t.i. *foreclosure*), kar bi se posledično odrazilo v zmanjševanju konkurence. Vstopne ovire se na nekonkurenčnih trgih lahko znižajo s predhodno regulacijo oziroma z naložitvijo regulatornih ukrepov operaterju s pomembno tržno močjo, katerih učinek je postopno približevanje učinkoviti konkurenci v določenem časovnem okviru.

Poleg tega je potrebno v okviru drugega kriterija ob ugotovljenih lastnosti upoštevni trga (kot so dinamika trga, konvergentnost in število operaterjev na njem), ki upravičujejo predhodno regulacijo, proučiti tudi možnosti, ki kljub vstopnim oviram kažejo na nagibanje trga k učinkoviti konkurenci. Ta proučitev vključuje ugotavljanje, kako na zmanjševanje vstopnih ovir in posledično zviševanje potencialne konkurence vpliva naložitev regulatornih ukrepov na sorodnih upoštevni trgih (t.i. modificiran »*greenfield*« pristop). V okviru ocene, ali na določenem upoštevni trgu obstoji potencialna konkurenca, pa je nenazadnje relevantna tudi presoja strukturnih ovir in ugotavljanje dejanskega stanja, tako glede možnosti potencialnega, kot tudi konkretnega vstopa na trg (dostop do trga in vstopne ovire). Vstopne ovire namreč slabijo potencialno konkurenco, ki je značilna predvsem za inovacijsko usmerjene trge. Kot je bilo ugotovljeno v okviru preverjanja prvega izmed kriterijev, t.j. prisotnost velikih in stalnih ovir za vstop na trg, vstopne ovire na relevantnem upoštevni trgu obstajajo.

Vstopne ovire je Agencija podrobneje opisala v utemeljitvi prvega merila, dinamiko trga, konvergentnost pa tudi v zgornjih podkriterijih drugega merila.

Kljub naloženi regulatorni obveznosti Mobitela, da alternativnim operaterjem zagotavlja dostop do omrežja in posredovanje klicev iz njega pod naloženimi cenovnimi pogoji, sta Tušmobil in T-2 dosegla dostop do Mobitelovega omrežja in podpisala pogodbo o nacionalnem gostovanju šele po posredovanju Agencije. Ker je z navedenim ravnanjem Mobitel neposredno zavlačeval vstop novih ponudnikov na trg, je s tem izkazan eden izmed kazalcev, da se trg ne nagiba k učinkoviti konkurenci v določenem časovnem okviru. Trditev, da se struktura trga ne nagiba k učinkoviti konkurenci, dodatno podpira tudi dejstvo, da v obdobju, ko Tušmobil in T-2 nista uspela dogovoriti nacionalnega gostovanja z družbo

Mobitel, Si.mobil navedenima novima vstopnikoma ni ponudil Mobitelu enakovrednega dostopa do lastnega omrežja, kar bi bilo v razmerah učinkovite konkurence pričakovati. Objektivne omejitve Si.mobila za takšno ravnanje so bile opisane v zgornjih poglavjih. Ne glede na to, pa povedano kaže, da stopnja v razvoju trga ni takšna, da bi kazala na nagibanje k učinkoviti konkurenci. Pravzaprav bi v razmerah učinkovite konkurence medoperaterski dostop novima vstopnikoma želela pod čim bolj konkurenčnimi pogoji ponujati oba obstoječa infrastrukturna operaterja, saj bi v prihodu novih konkurentov na trg videla priložnost za prihodek na veleprodajnem trgu, s tem pa bi posredno poskušala kompenzirati morebitno izgubo tržnega deleža in posledično prihodkov na maloprodaji. Če bi imela oba operaterja, Mobitel in Si.mobil, tehnično in logistično omrežji razviti tako primerljivo, da bi lahko novim vstopnikom lahko ponudila enakovredne veleprodajne storitve dostopa do svojih omrežij, pa tega ne bi storila, bi bilo iz tega mogoče sklepati tudi na usklajeno delovanje obeh družb. Glede na to, da Si.mobil v obdobju, ko se Tušmobil in T-2 nista uspela dogovoriti za dostop do omrežja (kljub *ex ante* obveznostim) družbe Mobitel, ni mogel ponuditi dostopa do lastnega omrežja predvsem iz razlogov omejenosti kapacitet svojega omrežja, pa za predpostavko usklajenega delovanja ni podlage, kljub temu pa še vedno ostaja dejstvo, da predmetni veleprodajni trg še ni konkurenčen in se v obdobju, ki ga analiza zajema, k učinkoviti konkurenci še ne nagiba.

Agencija je na več mestih ugotovila, da je značilnost predmetnega trga visoka stopnja transparentnosti, ob tem pa bi se lahko pojavil ugovor, da pogajanja o dostopu Tušmobila in T-2 do omrežja Mobitel niso bila transparentna in komercialni pogoji niso bili splošno znani. V kolikor bi bil Si.mobil sposoben ponuditi enakovredno veleprodajno storitev in bi pristopil k Tušmobilu in T-2 z resnim namenom in se z njima pogajal v dobri veri, bi skozi proces pogajanj, saj je to v poslovnem svetu nekaj vsakdanjega, lahko ugotovil, okvirno kakšni komercialni in drugi pogoji so novima vstopnikoma še sprejemljivi, ob čemer je bilo jasno, da tudi slednja ne bosta zahtevala nerazumno nizkih cen, s pogojevanjem katerih bi si morebiti ogrozila dostop do razvitega infrastrukturnega omrežja, saj sta tak dostop nujno potrebovala. Kljub zgornjim navedbam in ob tem, da je trg transparenten, pa še vedno ostaja veljavno dejstvo, da prihod novih infrastrukturnih operaterjev z vidika vzpostavitve dodatne konkurence na maloprodajnem trgu ni bil v interesu niti Si.mobilu. Glede na lastno tehnološko razvitost in bogato znanje ter izkušnje, s katerimi razpolaga in glede na to, da je trg transparenten, so tehnične možnosti zagotavljanja veleprodajnega dostopa drugim operaterjem, ki jih Si.mobil ima, tudi Mobitelu vsekakor znane. Tudi zato je lahko ob zavedanju odsotnosti konkurence na tem veleprodajnem trgu z zanikanjem določenih obveznosti regulatornih obveznosti na trgu 15 in na druge načine zavlačeval s pogajanj, saj je vedel, da bosta povpraševalca ob navedenih omejitvah družbe Si.mobil za ponujanje enakovrednih tovrstnih medoperaterskih veleprodajnih storitev le zelo stežka in ob še večjih dodatnih stroških za ustrezne nadgradnje omrežja družbe Si.mobil, dosegla ustrezen dogovor. Ker povpraševanje alternativnih operaterjev po medoperaterskih storitvah s strani obstoječih operaterjev z lastnim omrežjem ni razumljeno kot priložnost za ustvarjanje dodatnih veleprodajnih prihodkov, ampak kot neposredna konkurenčna grožnja na maloprodajnem trgu (v smislu tržnih deležev in ustvarjanja prihodkov iz njih), novi vstopniki nimajo položaja, ki bi jim v takšnih razmerah konkurence na tem medoperaterskem trgu omogočal doseganje sporazumov, oziroma bodo ti realizirani občutno kasneje, kot bi bili na trgu, kjer so pogoji konkurenčni. Le v primeru, ko bi infrastrukturno razvita operaterja konkurenčno nastopila v zvezi s ponujanjem storitev medoperaterskega dostopa novemu ali obstoječemu alternativnemu operaterju, bi lahko govorili o zadostnem konkurenčnem nivoju. Slednje pa se, kot je bilo pokazano, ni zgodilo.

Poleg tega je trg z dvema razvitima operaterjema in dvema operaterjema, ki sta na trgu šele zelo kratek čas in hkrati odvisna od dostopa do infrastrukture razvitega operaterja, ki takšno storitev lahko ponuja, nagnjen k temu, da v odsotnosti regulacije vodi v situacijo, kjer bi imela glavna akterja možnost izriniti konkurenco s trga. Verjetnost, da se novima infrastrukturnima operaterjema položaj na trgu okrepi v sorazmernem času, je tako odvisna predvsem od možnosti dostopa do nacionalnega gostovanja. Ne glede na povedano vpliva na stopnjo



konkurenčnosti trga tudi število operaterjev, ki na njem delujejo, vendar morajo biti ti med sabo v zadostni meri primerljivi. Manjše število infrastrukturnih operaterjev ima za posledico manjšo možnost konkurenčnih pogojev na predmetnem upoštevem trgu. Kadar na trgu ni zadostnega števila operaterjev, ki bi bili sposobni ponujati kvalitetne in raznolike storitve po konkurenčnih cenah, se trg hitreje nagiba k nekonkurenčnim situacijam, saj je za nastanek oblik protikonkurenčnih ravnanj manj ovir. Odsotnost *ex ante* regulacije v obdobju, ko se pričakuje, da bosta nova vstopnika šele v prihodnje razvila lastno omrežno infrastrukturo na raven, da bosta lahko svojim končnim uporabnikom storitve zagotavljala neodvisno, je lahko zanj in za konkurenčne razmere dolgoročno usodna. To obdobje pa je prav obdobje, ki ga analiza vnaprej zajema, torej obdobje dveh ali treh let. Sorazmerni ukrepi, temelječi na *ex ante* regulaciji, ki bi v tem prehodnem obdobju omenjenima operaterjema dali možnost razviti omrežji do primerljive stopnje, bi po prepričanju Agencije ustvarili takšno strukturo trga, ki bi jo lahko okarakterizirali kot konkurenčno tudi za potencialne nove vstopnike v obliki morebitnih infrastrukturnih operaterjev, ki bi v začetnem prehodnem obdobju potrebovali storitev nacionalnega gostovanja, ponudnikov storitev ali operaterjev navideznih mobilnih omrežij, v kolikor bi ugotovili, da jim trg ponuja dovolj možnosti za uspešno komercialno delovanje na njem.

V primeru neobstoja predhodne regulacije na zadevnem upoštevem trgu se lahko tako položaj vseh oblik obstoječih veleprodajnih povpraševalcev na njem občutno poslabša. Takšno poslabšanje bi lahko predstavljal predvsem neupravičen dvig veleprodajnih cen, nerazumne zahteve za odobritev dostopa do omrežja, predatorske cene na maloprodajnem trgu in podobno. Ker sta največja obstoječa operaterja mobilnih omrežij trdno vertikalno integrirana, sta v položaju, ko lahko s temi vzvodi vplivata na razvoj potencialne konkurence. V odsotnosti veleprodajne regulacije (modificiran *greenfield* pristop) je mogoče glede na dosedanja ravnanja Mobitela z gotovostjo sklepati, da bi bili pogodbi z novima vstopnikoma v najkrajšem času odpovedani oziroma do njune sklenitve nikdar ne bi prišlo.

Trg skozi ves čas kaže tudi zelo visoko stopnjo koncentracije, HHI (Herfindahl-Hirschman Index) znaša kar 4.305,07. Za Herfindahl-Hirschmanov indeks velja, da pri vrednostih, izračunanih med 1.000 in 1.800, kaže na zmerno koncentrirane, pri vrednostih, izračunanih nad 1.800 pa na visoko koncentrirane trge.

Slovenski maloprodajni mobilni trg bi lahko tozadevno označili kot zelo koncentriran (vrednosti HHI ob monopolnih situacijah znašajo natančno 10.000), pri čemer prispeva bistven del k indeksu Mobitel, kar 3469,21, Si.mobil pa 772,84. Ostali štirje (Tušmobil, Debitel, Izimobil in T-2) pa prispevajo k celotnemu indeksu zelo nizko vrednost, skupaj zgolj 63,02. Še višjo koncentracijo bi lahko ob odsotnosti regulatornih ukrepov skozi *ex ante* regulacijo pričakovali v prihodnjem obdobju, ki ga obravnava analiza, saj majhni operaterji ne bi mogli zviševati svojih tržnih deležev, razmere na trgu, ki bi se ob odsotnosti *ex ante* regulacije ustvarile pa bi imele za posledico večanje koncentracije trga.

Skupen ali posamičen prevladujoč položaj ter nekonkurenčne razmere so bolj verjetne na visoko koncentriranih trgih, kjer je prisotnih majhno število operaterjev z visokimi tržnimi deleži. Trg z majhnim številom operaterjev močno olajša bodisi možnost koordinacije med njimi, bodisi samostojno izkoriščanje moči, ki jo velik operater na trgu ima. V Sloveniji trenutno delujejo štirje infrastrukturni operaterji in dva ponudnika storitev. Med štirimi infrastrukturnimi operaterji sta le dva takšna, ki imata razvito infrastrukturo in lahko preko nje samostojno delujeta, to sta Mobitel in Si.mobil, nedavna vstopnika, Tušmobil in T-2, pa infrastrukturno še nista neodvisna in za to, da na trgu sploh lahko nastopata, uporabljata nacionalno gostovanje pri družbi Mobitel. Pri isti družbi uporabljata infrastrukturo tudi ponudnika storitev Debitel in Izimobil. Tržni deleži na veleprodajnem trgu kažejo visoko stopnjo koncentracije trga, saj si Mobitel in Si.mobil delita kar 94% celotnega trga, pri čemer znaša Si.mobilov delež 27,8%, Mobitelov pa kar 66,2%, medtem ko ostane Tušmobilu in T-2 skupaj le 6,1%. Z vidika prihodkov iz veleprodaje, kamor štejemo vse medoperaterske prihodke iz vidika dostopa in posredovanja klicev in SMS, dohodke od naročnin in zakupnin

(vključno s ponudbo samemu sebi) ugotovimo, da Mobitel ustvari kar 68,4% vseh prihodkov iz tega naslova, Si.mobil 25%, medtem ko alternativna operaterja na tem trgu skupaj ustvarita le 6,5% (glej preglednico 10). Navedeno kaže, da igra obvladovanje bolj razvite dostopovne infrastrukture izjemno veliko vlogo pri razporeditvi tržnih deležev, posledično pa tudi prihodkov iz tega naslova.

Navedena dejstva kažejo na strukturo medoperaterskega trga, ki se ne nagiba k učinkoviti konkurenci v določenem časovnem okviru, zaradi česar je ohranitev predhodne regulacije v prehodnem obdobju bistvena za vzpostavitev pogojev za razvoj trga v smeri krepitev konkurenčnosti. V nasprotnem primeru bi se namreč možnost takšnega razvoja v smeri večanja konkurenčnosti onemogočila. V daljšem časovnem obdobju pa bi lahko edina na predmetnem infrastrukturnem trgu razvita operaterja, ki skupaj obvladujeta 86,7% maloprodajnega trga in 94% predmetnega veleprodajnega trga, svoj položaj še bolj okrepila in si trg razdelila tako, da bi bile odstranjene tudi potencialne možnosti za razvoj konkurence, ki sedaj pod pogoji regulacije obstajajo. Dejstvo je, da Si.mobil zaradi omejitev, ko sam v danem trenutku ni mogel omogočiti novima vstopnikoma enakovrednih veleprodajnih dostopov do svojega omrežja, kot je to lahko storil Mobitel, ni igral pri omejevanju vstopa novih operaterjev aktivne vloge, kot jo je Mobitel, ki je imel zaradi navedenega v oblasti največje vzvode za omejevanje konkurence na trgu. Vendar je kljub temu tudi Si.mobil ob odsotnosti dodatne konkurence na maloprodajnem trgu lahko računal na posledično boljši položaj.

Cilj predhodne regulacije je v končni posledici zagotoviti konkurenčne storitve po konkurenčnih cenah končnim uporabnikom, slednje pa je mogoče le tam, kjer je medoperaterski trg konkurenčno zasnovan. Le konkurenčno strukturiran medoperaterski trg lahko ustvari okolje, v katerem so operaterji soočeni z zdravo konkurenco na maloprodajnem nivoju, ki ima za posledico ugodne cene storitev za končne uporabnike tudi na dolgi rok in ne zgolj v omejenem časovnem obdobju kot instrument izrivanja nerazvitih konkurentov s trga.

#### **6.2.4. Nadzor nad infrastrukturo, ki se ne da zlahka podvojiti**

Agencija je pričujoči podkriterij že opisala v 1. kriteriju, v poglavju 6.1.1.1., zato na tem mestu napotuje na omenjeno poglavje, kjer je bil obstoj omenjenega podkriterija opisan tudi z vidika, ki kaže, da struktura predmetnega trga ni takšna, da bi se nagibala k učinkoviti konkurenci.

#### **6.2.5. Raznolikost storitev in produktov**

Agencija je pričujoči podkriterij že opisala v 1. kriteriju, v poglavju 6.1.1.7., zato na tem mestu napotuje na omenjeno poglavje, kjer je bil obstoj omenjenega podkriterija opisan tudi z vidika, ki kaže, da struktura predmetnega trga ni takšna, da bi se nagibala k učinkoviti konkurenci.

#### **6.2.6. Ovire za širitev**

Agencija je pričujoči podkriterij že opisala v 1. kriteriju, v poglavju 6.1.1.6., zato na tem mestu napotuje na omenjeno poglavje, kjer je bil obstoj omenjenega podkriterija opisan tudi z vidika, ki kaže, da struktura predmetnega trga ni takšna, da bi se nagibala k učinkoviti konkurenci.

### **6.3. Tretje merilo: samo konkurenčno pravo ni dovolj za odpravo zadevnih tržnih pomanjkljivosti**

Okvirna Direktiva (UL.L. 108/36 z dne 24.4.2002) v recitalu 27 določa, da je nujno, da so ukrepi predhodne (*ex ante*) regulacije prisotni na trgih, kjer ni učinkovite konkurence, torej na

trgih, kjer je eden ali več operaterjev s pomembno tržno močjo in kjer ukrepi nacionalnega in Skupnostnega konkurenčnega prava niso zadostni za odpravo tržnih pomanjkljivosti.

Skladno s Priporočilom Evropske komisije mora biti odločitev, da se trg opredeli kot trg, ki je lahko predmet predhodnega urejanja, odvisna tudi od ocene ustreznosti konkurenčnega prava za odpravo tržnih pomanjkljivosti, ki so posledica tega, da sta izpolnjeni prvi dve merili. Ukrepi konkurenčnega prava ne zadostujejo, če so zahteve po skladnosti ukrepanja za odpravo tržne pomanjkljivosti obsežne ali če je nujno pogosto in/ali pravočasno ukrepanje.

*Explanatory note* k Priporočilu Evropske komisije SEC (2007) 1483<sup>30</sup> pa v zvezi s prej navedenim pojasnjuje, da predhodna (*ex ante*) regulacija in ukrepi konkurenčnega prava služita kot instrumenta, ki se dopolnjujeta pri doseganju učinkovite konkurence na upoštevni trgih. *Explanatory note* še dodaja, da se mora nacionalni regulatorni organ pred odločitvijo, ali morata biti na trgu prisotna predhodna (*ex ante*) in naknadna (*ex post*) regulacija oziroma ali so dovolj le naknadni (*ex post*) ukrepi konkurenčnega prava, posvetovati z organom, pristojnim za varstvo konkurence. Agencija je skladno z Obrazložitvenim memorandumom k Priporočilu o upoštevni trgih (C(2007) 5406), kjer Evropska komisija priporoča, naj pri izvajanju preizkusa treh meril potrditev obstoja tretjega merila nacionalni regulatorni organi pridobijo tudi s strani nacionalnega organa za varstvo konkurence, slednjega z dopisom št. 38241-21/2008/1 z dne 1.9.2008 zaprosila za potrditev svojih ugotovitev. Urad Republike Slovenije za varstvo konkurence je z dopisom št. 306-13/2008-13 z dne 11.9.2008 Agencijo obvestil, da se pridružuje ugotovitvam Agencije in potrjuje obstoj tretjega merila v smislu, da *ex post* konkurenčno pravo ne zadošča za odpravo konkurenčnih problemov na trgu dostopa do javnih mobilnih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij ter da je na tem trgu potrebna *ex ante* regulacija s strani Agencije. Urad Republike Slovenije za varstvo konkurence je v svojem dopisu navedel, da je ključnega pomena, da stanje na zadevnem trgu ustvarja pogoje učinkovite konkurence, predvsem da je novo vstopajočim operaterjem na trg, ki nimajo ali omejeno razpolagajo s svojo infrastrukturo, omogočen dostop do že izgrajenih omrežij ostalih operaterjev na trgu. Pri tem se mora, po mnenju Urada Republike Slovenije za varstvo konkurence, zagotoviti dostop pod razumnimi pogoji, tako v tehničnem smislu, kot tudi pri določanju komercialnih pogojev dostopa, kar je naloga *ex ante* regulacije, ki tudi posreduje in lahko hitro in učinkovito razreši morebitne spore, nasprotno pa Urad, kot *ex post* varuh konkurence, nima pristojnosti regulirati cen. Urad nadalje navede, da lahko z odločbo kršitelju naloži odpravo kršitev in njenih posledic, pri tem pa je škoda za konkurenco na trgu lahko že storjena in celo nepopravljiva. Postopki Urada namreč temeljijo na presoji protikonkurenčnega delovanja, ki je bilo že storjeno ali pa še poteka. Urad tako nastopi svojo vlogo kasneje, njegovi postopki pa so usmerjeni v ugotavljanje ali kršitev obstoji, kar je potrebno ustrezno dokazati in kar ima lahko za posledico dolgotrajne postopke. Urad nadaljuje, da stanje konkurence na zadevnem trgu namreč še ne zadošča, da bi bil trg sposoben zgolj *ex post* nadzora s strani Urada.

Ukrepi konkurenčnega prava torej v primeru obstoja predhodne (*ex-ante*) regulacije slednjo zgolj nadgrajujejo v smeri izboljšanja konkurenčnosti na trgu.

Agencija v zvezi s tem ugotavlja, da pozna splošno konkurenčno pravo pomembne omejitve glede možnosti naložitve obveznega dostopa. Tako je Sodišče Evropskih skupnosti v zadevi Oscar Bronner (zadeva C-7/97) ugotovilo, da evropsko konkurenčno pravo podjetjem s prevladujočim položajem na trgu ne nalaga obveznosti dostopa, če je ekonomsko smiselno vzpostaviti alternativno omrežje primerljivih razsežnosti. Na trgu mobilne telefonije je

<sup>30</sup> COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT EXPLANATORY NOTE Accompanying document to the Commission Recommendation on Relevant Product and Service Markets within the electronic communications sector susceptible to ex-ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communications networks and services (Second edition) (C(2007) 5406)  
[http://ec.europa.eu/information\\_society/policy/ecomms/doc/implementation\\_enforcement/article\\_7/sec\\_2007\\_1483\\_2.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomms/doc/implementation_enforcement/article_7/sec_2007_1483_2.pdf) (dostop na dan 26.5.2008)

infrastruktura konkurenca omrežij dejansko mogoča, regulacija operaterskega dostopa pa je potrebna le v prehodnem obdobju, v času vzpostavljanja alternativnih omrežij, na katerega se nanaša tudi ta analiza.

Dokument Skupine evropskih regulatorjev *ERG Report on Guidance on the application of the three criteria test*, v zvezi s tretjim kriterijem (samo konkurenčno pravo ni dovolj za odpravo zadevnih tržnih pomanjkljivosti) določa, da mora nacionalni regulatorni organ presoditi, ali lahko konkurenčno pravo učinkovito odpravi nekonkurenčno obnašanje na trgu elektronskih komunikacij. Pri oceni upošteva predvsem naslednje faktorje:

- stopnja nekonkurenčnega obnašanja in težavnost njegovega odpravljanja
- nekonkurenčno obnašanje povzroča nepopravljivo škodo na povezanih trgih
- potreba po predhodni (*ex ante*) regulaciji za zagotovitev učinkovite konkurence na dolgi rok

### 6.3.1. Stopnja nekonkurenčnega obnašanja in težavnost njegovega odpravljanja

V primeru, da je na trgu elektronskih komunikacij malo število medoperaterskih sporov, bi lahko v odsotnosti drugih tržnih anomalij sklepali, da bi konkurenčno pravo lahko zadostovalo za popravo tržnih pomanjkljivosti. Pri tem je pomembno tudi, v kolikšni meri prihaja do sporov tudi zaradi nespoštovanja *ex ante* regulacije in ne zgolj v primerih problemov, ki jih obveznosti, temelječe na *ex ante* regulaciji, ne zajemajo. Upravičeno je tudi sklepati, da bi bilo sporov ob odsotnosti *ex ante* regulacije (še posebej na področjih, kjer ta že obstaja) še veliko več. V okviru tega kriterija pa odprava *ex ante* regulacije in zanašanje na *ex post* regulacijo ne sme temeljiti le na številu sporov, ampak še posebej na vsebini sporov in pristojnosti ukrepanja. Tudi na področjih, kjer resorna zakonodaja daje tako regulatorju kot varuhu konkurence na videz enako učinkovito materialno podlago za odpravo ugotovljenih tržnih pomanjkljivosti, je treba preveriti, ali bi lahko ob odsotnosti *ex ante* regulacije prihajalo do takšnih tržnih anomalij, ki jih Urad za varstvo konkurence zaradi dolgotrajnejših postopkov, širšega področja delovanja, nižje stopnje specializiranosti za trge elektronskih komunikacij in drugih razlogov ne bi mogel učinkovito odkrivati, analizirati, oceniti in z ustreznimi ter dovolj natančnimi, predvsem pa pravočasnimi ukrepi odpraviti ali preprečiti. V primeru dostopovnih veleprodajnih trgov bi imelo v večini primerov nepravočasno ukrepanje ali šele vzpostavljanje prvotnega stanja uničevalne in nepopravljive posledice na trgu. Operaterji namreč na trg vstopajo z namenom, da bi na njem uspešno delovali in vzpostavljali konkurenčne razmere, zato jim tudi morebitno uspešno dokazovanje protikonkurenčnega delovanja, ki lahko prinaša tudi finančne odškodnine in kompenzacije, ne odpravi posledic, to je neuspešnega vstopa ali obstoja na trgu. Slednje ni slabo samo za dotične operaterje, temveč tudi in predvsem za konkurenčne razmere na trgu in za končne uporabnike. Ob upoštevanju dejstva, da Agencija nalaga ukrepe sorazmerno in da predloge *ex ante* ukrepov oceni tudi širša zainteresirana javnost v postopku javne obravnave, obenem pa so tudi predmet komentarjev Evropske komisije in ostalih evropskih regulatornih organov, pri čemer lahko operater, ki ga predmetni ukrepi zadevajo, vsakokrat preveri pravilnost ugotovitev in odločitev Agencije na Upravnem sodišču, ni utemeljeno sklepati, da bi Agencija z naložitvijo *ex ante* ukrepov operaterju naložila breme, ki bi ne bilo potrebno in sorazmerno s koristmi, ki jih prinaša za razvoj trga in končne uporabnike.

Še posebej je to nevarno v primerih, ko trg potrebuje redno oziroma pogosto intervencijo s strani nacionalnega regulatornega organa kljub obstoječi *ex ante* regulaciji. To je lahko zgolj signal po potrebi natančnejšega definiranja *ex ante* ukrepov in opozorilo, da trg ni dosegel tiste stopnje zrelosti, v kateri bi lahko bilo konkurenčno pravo zadostno za odpravljanje morebitnih nepravilnosti.

Agencija je morala dvakrat intervenirati v medoperaterskih sporih v zvezi z dostopom do omrežja družbe Mobitel, ki je bil z odločbo št. 3200-75/2005/23 določen za operaterja s pomembno tržno močjo na upoštevnem trgu »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«. Kljub obstoječi *ex ante* regulaciji sta medoperaterska spora ob neuspešnih poskusih pogajanj za pridobitev (z regulatornim

ukrepom naloženega) operaterskega dostopa sprožila nova vstopnika na trg, operater T-2 in Tušmobil. Oba operaterja sta od operaterja Mobitel zahtevala storitev nacionalnega gostovanja, vendar pa vsebina spora ni bila samo dostop do omrežja Mobitela temveč tudi komercialni pogoji. Hitro posredovanje Agencije je bilo v predmetnih primerih nujno, temeljilo pa je na budnem opazovanju dogajanja na predmetnem trgu. V takem primeru obstoj zgolj *ex post* konkurenčnega prava ne bi zadostoval, saj Urad za varstvo konkurence denimo nima pristojnosti vnaprej določati veleprodajne cene storitev, kar je bilo v obeh primerih ključnega pomena in ena bistvenih vsebin spora, rešitev tega vprašanja pa ključ do dostopa za novega vstopnika. Urad za varstvo konkurence bi v odsotnosti predhodne (*ex ante*) regulacije tudi težko naložil natančno definirano obveznost dostopa do omrežja operaterja, ki bi tak veleprodajni dostop lahko zagotovil. Odsotnost *ex ante* regulacije bi se v danih primerih posledično končala z neuspešnim vstopom novih infrastrukturnih operaterjev na trg, ki bi tako ostal zaprt.

Nadalje je treba ugotoviti, da se z aplikacijo pravil konkurenčnega prava težje odpravi protikonkurenčno obnašanje na trgu, saj organi, pristojni za varstvo konkurence nimajo informacij oziroma vseh podatkov, ki jih redno in *ad hoc* zbira in s katerimi razpolaga nacionalni regulatorni organ. Poleg tega pa je pri identifikaciji protikonkurenčnega ravnanja težje tudi dokazno breme. Skupina Evropskih regulatorjev še dodaja, da je tudi v primeru obstoja previsokih cen postavljenih s strani operaterja s prevladujočim položajem, samo konkurenčno pravo v določenih primerih neučinkovito, in sicer zaradi težavnosti ugotavljanja nekonkurenčnega obnašanja in dokazovanja tega na trgu elektronskih komunikacij. Proti previsokim cenam je potrebno postopati hitro in učinkovito, saj imajo previsoke cene v primerih storitev dostopa neposreden in takojšen vpliv potencialno konkurenco in posreden vpliv na blaginjo končnih uporabnikov.

V teh primerih je *ex ante* regulacija v primerjavi z *ex post* konkurenčnim pravom bolj učinkovita v zagotavljanju pravočasnega in učinkovitega odziva. Za to obstaja več razlogov, eden med njimi pa je prav gotovo natančno spremljanje in razumevanje posameznih upoštevni trgov in poznavanje njihovih medsebojnih odnosov. Agencija večino podatkov, ki jih potrebuje za učinkovito delovanje, zbira v ustaljenih časovnih obdobjih (mesečno, četrletno, kvartalno in po potrebi tudi *ad hoc*), pri čemer ves čas skrbi za konsistentnost vprašalnikov. Prav tako izvaja redne analize posameznih, vnaprej določenih upoštevni trgov, kot tudi podrobne analize stanja na trgih elektronskih komunikacij, ki sicer niso deli upoštevni trgov, kar daje Agenciji izjemen pregled nad stanjem na trgu. Tega organ za varstvo konkurence ne počne, kar bi bilo glede na spekter, ki ga s svojim delovanjem pokriva, tudi nemogoče. To pomeni, da se mora ob pozivu za ukrepanje ali ob lastni ugotovitvi, da je njegova intervencija potrebna, tako o stanju na predmetnem trgu podrobno poučiti in naknadno zbrati tudi ustrezne in zadostne podatke potrebne za odločitev, pri čemer je za ustrezno hitro ukrepanje zelo pomembno natančno vedeti, kakšne podatke je treba zbrati in kako jih interpretirati. Navedeno je časovno zelo zamudno, zato je ustrezno ukrepanje mogoče pričakovati bistveno prej s strani regulatorja.

Potrebno je upoštevati tudi dejstvo, da lahko organ pristojen za varstvo konkurence drugače definira upoštevni trg kot nacionalni regulatorni organ in posledično ne zajame vseh elementov upoštevnega trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«. Tako lahko posledično odpravi le določena ravnanja, pri čemer lahko imajo naložene obveznosti učinek le na določenem segmentu, na drugem pa ne, delna odprava protikonkurenčnega ravnanja pa ne učinkuje enako kot odprava v celoti, oziroma kot preventivno sorazmerno naloženi ukrepi. Regulator ob analizi upoštevnega trga in ugotovitvi obstoja operaterja ali več operaterjev s pomembno tržno močjo, naloži potreben spekter sorazmernih ukrepov, ki skupaj tvorijo celoto regulacije, ki zasleduje določen cilj. Takšnemu cilju sledi tudi ob morebitnem podrobnejšem naknadnem definiranju predmetnih ukrepov, ali pa nadzira njihovo izvajanje, kar mu vsekakor omogoča ukrepanje v bolj učinkoviti meri, kot je to mogoče pričakovati s strani konkurenčnega prava.

Kot je bilo v analizi omenjeno že večkrat, je na predmetnem upoštevem trgu kljub obstoječim *ex ante* regulatornim ukrepom Agencija morala posredovati v postopkih reševanja sporov v zvezi z operatorskim dostopom, pri čemer se je vsebina nanašala tako na tehnične, kot tudi komercialne pogoje slednjega. Navedeno ne kaže, da bi bila *ex ante* regulacija nesorazmerna, Agencija pa je zgoraj tudi opisala, zakaj bi v konkretnih primerih *ex post* regulacija ne mogla doseči enakih učinkov, potrebnih za zagotavljanje učinkovite konkurence na predmetnem trgu ter zaščite končnih uporabnikov, kot je bilo to mogoče z uporabo *ex-ante* regulacije. V prihodnjem obdobju predvidoma dveh let, ki ga obravnava ta analiza, razmere na tem trgu ne bodo dosegle stopnje, ko bi trg bil sposoben zgolj *ex post* nadzora. Predpogoj za to je vsekakor bistveno večja infrastrukturna neodvisnost novih vstopnikov, ki sta v fazi razvoja, v kateri se nahajata, vsaj enako dojemljiva za nekonkurenčna dejanja na trgu, kot sta bila ob vstopu, razmere na trgu pa se niso v ničemer tako spremenile, da operater, ki je vstop omejeval tehnično in komercialno, ne bi imel iniciative enakega početja tudi vnaprej. Le sprotno spremljanje trga in izvajanja *ex ante* ukrepov je v predmetnem obdobju naslednjih dveh let ključ do vzpostavitve pogojev za učinkovito konkurenco na tem veleprodajnem trgu.

### **6.3.2. Ne konkurenčno obnašanje povzroča nepopravljivo škodo na povezanih trgih**

V povezavi z določili Priporočila Evropske komisije obstajajo primeri, ko je redna intervencija s strani regulatornega organa nujna za preprečitev nepopravljive škode za konkurenco. V primeru obstoja vertikalne integracije lahko prevladujoči operater ravna v smeri zvišanja ovir za vstop z namenom omejevanja možnosti konkurentov, da bi ti uspešno delovali na trgu. Možnost nekonkurenčnega obnašanja operaterja s prevladujočim položajem je potrebno vnaprej onemogočiti oziroma preprečiti. Ko mu je enkrat dana možnost nekonkurenčnega obnašanja, bo trg tudi dolgoročno težko spraviti v začetni položaj.

Tako lahko imajo ukrepi *ex ante* regulacije na določenem upoštevem trgu pozitivne učinke tudi na drugem povezanem trgu in posledično tudi na trgih, ki sicer niso predmet predhodnega urejanja (denimo maloprodajni trg), slednje pa je v korist tako učinkoviti konkurenci na predmetnem medoperatorskem trgu, kot tudi končnim uporabnikom. Poudariti je treba, da lahko ob trenutni strukturi predmetnega medoperatorskega trga zgolj ukrepi *ex ante* regulacije preprečijo nepopravljivo škodo na tem in povezanih trgih.

Primer omejevanja dostopa obstoječega prevladujočega operaterja ob vstopu novih operaterjev Tušmobila in T-2 kaže, da tovrstne iniciative in razlogi zanje obstajajo. V primeru, da bi bil na trgu prevladujoč operater z omejitvijo oz. zavrnitvijo veleprodajnega dostopa uspešen, bi bil to izjemno močan signal za vse morebitne kasnejše vstopnike na trg, da so vstopne ovire nepremagljive in moč prevladujočega operaterja za onemogočanje potencialne konkurence nepremagljiva. Tovrstno dogajanje se lahko odvija na zelo sofisticirani ravni in lahko ostane neopaženo, kar lahko ima na trg in končne uporabnike dolgoročne in nepopravljive posledice, saj se na trgu ne bo vzpostavila konkurenčna struktura več operaterjev, temveč se bo ohranil omrežni monopol oz. duopol. Zato je stalen nadzor nad *ex ante* ukrepi in vseskozen pregled na trgom, ki še ni dosegel takšne stopnje konkurence, da bi zadostovalo konkurenčno pravo, nujno potreben, kar potrjuje tudi skupno stališče ERG.

V prihodnjem obdobju, ki ga analiza zajema, ni pričakovati, da bi se položaj na trgu spremenil v takšni meri, da glede na ta podkriterij potreba po *ex ante* regulaciji ne bi več obstajala, še posebej v luči vzvodov vertikalne integracije, ki jih operater s pomembno tržno močjo lahko uporabi proti konkurenci.

### **6.3.3. Potreba po predhodni regulaciji za zagotovitev učinkovite konkurence na dolgi rok**

Za *ex ante* regulatorne obveznosti je značilno, da so bolj učinkovite kot ukrepi konkurenčnega prava predvsem v tistih primerih, ki jih določa 8. člen Okvirne direktive. V

določenih primerih lahko uporaba konkurenčnega prava ustvari nekatere napetosti pri vzpostavitvi učinkovite konkurence v dinamičnih pogojih. V primerih, kjer je možna podvojitev infrastrukture, bi bili ukrepi predhodne (*ex ante*) regulacije, ki upošteva tudi pospeševanje učinkovite konkurence, na dolgi rok namreč bolj učinkoviti kot samo *ex post* konkurenčno pravo. Zato je potrebna koordinacija naloženih regulatornih ukrepov na različnih ravneh vrednostne lestvice, ki je pravzaprav ključ za doseganje ciljev.

Kot je bilo omenjeno že v opisu prejšnjih dveh podkriterijev, je vsakršen neuspeh pri zagotavljanju učinkovite konkurence na predmetnem trgu lahko dolgoročno usoden za proces vzpostavljanja konkurenčnih razmer na tem trgu hkrati pa tudi na povezanih trgih. Prav zato je nujno potrebna predhodna regulacija, ki zagotavlja večjo gotovost ustreznosti ukrepov, njihovega nadzora in učinkovitosti, pri čemer pa je sorazmerna in ne more imeti nepopravljivih negativnih učinkov na operaterja, ki mu je naložena. Tako je bistveno večji garant za dolgoročno zagotovitev konkurenčnih razmer, saj lahko *ex ante* regulacija preneha šele, ko so za to izpolnjeni nujni pogoji, kar pomeni, da je stanje na trgu doseglo določeno stopnjo konkurenčnosti, kjer lahko regulacijo nadaljuje konkurenčno pravo z *ex post* ukrepi, če bi bili ti še vedno potrebni.

## 7. Analiza podatkov in uporaba meril za ugotovitev stanja na upoštevem trgu

Agencija je v analizi predmetnega trga v oktobru 2008 glede na pokazatelje stanja na trgu izvedla preizkus pomembne tržne moči skozi kriterije, ki služijo za presojo skupnega prevladujočega položaja skladno s petim odstavkom 19. člena ZEKom. Ravnanja na predmetnem upoštevem trgu so namreč kazala na usklajeno delovanje družb Mobitel in Si.mobil, sum tihega dogovarjanja in obstoj skupne žariščne točke (*focal point*). Agencija je v tedanji oceni pomembne tržne moči obeh operaterjev ugotovila, da na predmetnem trgu omenjena operaterja skupaj uživata pomembno tržno moč, navedene ugotovitve pa posredovala v posvetovanje z javnostjo in notificirala pri Evropski komisiji.

V postopku notifikacije je bila Agencija pozvana k dodatni utemeljitvi takratnih ugotovitev, pri čemer je Evropska komisija podala tudi lastna videnja razlogov za ugotovljene anomalije na trgu. Ker je bil rok za utemeljitev, dan s strani Evropske komisije izjemno kratek, se je Agencija odločila izvesti analizo ponovno. Pri tem je upoštevala pripombe Evropske komisije, prav tako pa tudi mnenja, pridobljena v posvetovanju z javnostjo v zvezi z Analizo predmetnega trga, zaključeno v oktobru 2008.

Tudi na podlagi prejetih pripomb in mnenj je Agencija ugotovila, da v omenjeni analizi ni v zadostni meri upoštevala dejstva, da omrežji družb Mobitel in Si.mobil nista primerljivi v smislu možnosti ponujanja veleprodajnega medoperaterskega dostopa na predmetnem upoštevem trgu. Na strani omrežja družbe Si.mobil so namreč prisotne omejitve za ponujanje tovrstnih veleprodajnih medoperaterskih oblik dostopa, prisotne pa so predvsem v smislu konfiguracije omrežja in njegovih razpoložljivih kapacitet, ki so namenjene predvsem zagotavljanju storitev lastni bazi končnih uporabnikov, ki počasi raste. Konfiguracija omrežja je namreč takšna, da bi zahtevala velike in nesorazmerne posege v jedrni in dostopovni del omrežja Si.mobil, predvsem v smislu bistvenega povečanja njegovih kapacitet in nabave, izdelave in implementacije tehničnih in programskih vmesnikov ter orodij, kar bi Si.mobilu omogočilo na trgu nuditi primerljivo veleprodajno medoperatersko storitev dostopa, kot jo lahko brez navedenih nesorazmernih posegov že nudi družba Mobitel, ki razpolaga z bistveno večje dimenziranim omrežjem.

Gledano skozi prizmo navedenih omejitev, ravnanja družbe Si.mobil, ki v danih okoliščinah ni ponudila in zagotovila dostopa vstopnikoma, ki sta si na trgu želela zagotoviti dostop, ne morejo biti razumljena kot posledica usklajenega delovanja z družbo Mobitel in skupnega izkoriščanja pomembne tržne moči, saj Si.mobil v resnici ni imel vzvodov za zavračanje dostopa do lastnega omrežja, ker takšnega dostopa v enakovredni obliki ni mogel ponuditi. Čeprav je glede na zgoraj opisana stališča družba Si.mobil prihod novih infrastrukturnih operaterjev dojemala kot potencialno grožnjo in konkurenco, pa v smislu omejevanja dostopa do lastnega omrežja ni imela ustrezne moči, ki bi jo lahko izrabila, in to prav zaradi nezmožnosti ustreznega zagotavljanja predmetnih veleprodajnih operaterskih storitev.

Glede na navedeno Agencija ugotavlja, da okoliščine, ki bi utemeljevale obstoj skupne pomembne tržne moči družb Mobitel in Si.mobil niso izkazane. V skladu z navedenim je Agencija skladno s četrtem odstavkom 19. člena ZEKom preverila, ali na trgu obstaja operater, ki ima sam pomembno tržno moč v skladu s prvim odstavkom 19. člena ZEKom, torej ima na predmetnem upoštevem trgu tak ekonomski vpliv, da mu omogoča znatno mero samostojnosti nasproti konkurentom, uporabnikom in potrošnikom.



## 7.1. Analiza obstoja pomembne tržne moči

V okviru analize Agencija ugotavlja, ali na posameznem upoštevnem trgu obstaja učinkovita konkurenca. Evropska komisija je sprejela smernice, ki naj bi pomagale nacionalnim regulatorjem držav članic Evropske unije pri ugotavljanju obstoja konkurence na upoštevnih trgih in ocenitvi položaja s pomembno tržno močjo. Iz Smernic izhaja, da je ugotovitev, da na ustreznem trgu obstaja učinkovita konkurenca, enakovredna ugotovitvi, da nobeno podjetje samo ali skupaj z drugim podjetjem nima pomembne tržne moči na tem trgu. Iz tega sledi, da mora nacionalni regulativni organ v primeru, da ugotovi, da na ustreznem trgu ni učinkovite konkurence, določiti podjetje s pomembno tržno močjo na tem trgu in v skladu s členom 16(4) Okvirne direktive naložiti ustrezne obveznosti ali pa ohraniti ali spremeniti take obveznosti, kjer že obstajajo. Agencija je na podlagi šestega odstavka 19. člena ZEKom zavezana, da pri določanju pomembne tržne moči ravna skladno z zakonodajo Evropske unije in dosledno upošteva smernice Evropske komisije, ki urejajo tržno analizo in določitev pomembne tržne moči na področju elektronskih komunikacijskih omrežij in storitev.

Definicija operaterja s pomembno tržno močjo je v ZEKom določena v prvem odstavku 19. člena. Iz določila izhaja, da ima operater pomembno tržno moč, če ima sam ali skupaj z drugimi operaterji na določenem trgu javnih komunikacijskih omrežij oziroma javnih komunikacijskih storitev (upoštevni trg) položaj, enakovreden prevladujočemu položaju, torej tak ekonomski vpliv, da mu omogoča znatno mero samostojnosti nasproti konkurentom, uporabnikom in potrošnikom.

Za razliko od naknadnega (*ex post*) nadzora, pri katerem se s pomočjo uporabe pravil splošnega konkurenčnega prava s strani organa pristojnega za varstvo konkurence ugotavlja zloraba prevladujočega položaja, se z vnaprejšnjo (*ex ante*) regulacijo, ki jo na področju elektronskih komunikacij opravlja Agencija, izboljšujejo razmere na ne dovolj konkurenčnem trgu z namenom hitrejšega razvoja konkurence. Pri tovrstni regulaciji je potrebno pri tržni analizi uporabiti tako obstoječa dejstva, prav tako pa je potrebno napraviti prognoze za prihodnost. Ugotavlja se torej, ali je trg potencialno konkurenčen, in s tem tudi, ali je pomanjkanje učinkovite konkurence začasno ali trajno.

Kriterije za določanje pomembne tržne moči, ki pa niso kumulativne narave, opredeljujejo Smernice, v 19. členu pa tudi ZEKom, ob tem pa je po Smernicah in ZEKom Agenciji prepuščena odločitev, katera merila bo pri presoji uporabila. Agencija je uporabila naslednja merila, ki so skladna s Smernicami in ZEKom:

1. tržni deleži operaterjev na upoštevnem trgu in spreminjanje njihovih tržnih deležev pri zaključevanju govornih klicev,
2. ovire za vstop na upošteveni trg in vpliv na potencialno konkurenco na tem trgu,
3. vpliv velikih uporabnikov na moč operaterja - izravnalna kupna moč,
4. tehnološke prednosti,
5. doseganje ekonomij obsega oziroma ekonomij povezanosti,
6. stopnja vertikalne integracije,
7. nadzor nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti.

Agencija drugih meril ni preverjala, saj vsled dejstva, da merila niso kumulativne narave, ob obstoju zgoraj navedenih meril ne bi mogla priti do drugačnih rezultatov.

### 7.1.1. Tržni delež operaterja na upoštevnem trgu in spreminjanje njegovega tržnega deleža na upoštevnem trgu v daljšem obdobju

Agencija je merilo razporeditve tržnih deležev in njihovo spreminjanje v daljšem obdobju podrobno analizirala v poglavju 6.2.1., zato na tem mestu napotuje na omenjeno poglavje, kjer je bil obstoj omenjenega podkriterija opisan tudi z vidika, ki kaže na obstoj prevladujočega položaja. V navedenem poglavju se nahaja tudi kvantitativna analiza

posameznih merjenih tržnih deležev, ki jih Agencija na tem mestu v izogib nepotrebnemu podvajanju ne navaja ponovno.

Zelo visok tržni delež operaterja je pomemben pokazatelj o obstoju prevladujočega položaja na trgu. Iz sodne prakse Sodišča ES (Zadeva AKZO/Komisija, C-62/1986, točka 60) izhaja, da je že samo dejstvo, da ima neko podjetje tržni delež večji od 50%, dokaz o obstoju pomembne tržne moči na določenem trgu. Podjetju z visokim tržnim deležem se lahko pripisuje pomembno tržno moč, če je bil tržni delež ohranja konstantno visoko raven skozi daljše časovno obdobje. Tudi Smernice Komisije v 75. paragrafu navajajo, da tržni deleži, večji od 50% že sami po sebi, razen v izjemnih primerih, dokazujejo obstoj prevladujočega položaja.

Agencija je v poglavju 6.2.1. opravila kvantitativno analizo tržnih deležev operaterjev na relevantnem upoštevnom trgu, pri čemer je ugotovila, da družba Mobitel pri vseh merjenih tržnih deležih, tako z vidika končnih uporabnikov, volumnov merjenega prometa in prihodkov, ki izvirajo iz tega naslova, dosega tržne deleže, ki se gibljejo med 75,4% in 64%, pri čemer najnižje izmerjeni tržni deleži družbe Mobitel znaša 49,6% v primeru števila poslanih SMS sporočil iz njenega omrežja, 58,1% za prihodke iz tega naslova in 58,9% v primeru tržnega deleža na maloprodaji. Si.mobil, kot Mobitelov prvi zasledovalec, je med tem dosegal izmerjene tržne deleže med 28,1% in 22,1%. Najvišji tržni delež v višini 40,6% je dosegel v primeru števila poslanih SMS sporočil iz njegovega omrežja, 38,4% za prihodke iz tega naslova in 27,8% v primeru tržnega deleža na maloprodaji. Tržni deleži družbe T-2 kot najkasnejšega vstopnika niso v nobenem primeru presegli 0,3%, največkrat pa so se ustavili med 0,1 in 0,2%. Tušmobil je dosegal višje tržne deleže od družbe T-2 ti so se gibali med 7,7 in 2,4%, največji tržni delež, 9,7%, pa je dosegel v primeru števila poslanih SMS sporočil iz svojega omrežja, pri čemer pa je ustvaril 3,4% prihodkov iz tega naslova. Si.mobil, Tušmobil in T-2 še zdaleč ne dosegajo tržnih deležev, ki bi kazali na posamično pomembno tržno moč. Tržni deleži družbe Mobitel se skozi merjeno obdobje sicer znižujejo, vendar je trend umirjen, pri čemer nihanja tržnih deležev niso prisotna. Pomembno pri tem je tudi dejstvo, da na podlagi kvantitativne analize tržnih deležev ni mogoče zaključiti, da bi v obdobju, ki ga v naprej zajema analiza, tržni tako visoki deleži, ki pogosto dosegajo tudi 2/3 in več, padli pod raven, ki bi mu na trgu zagotavljala znatno mero samostojnosti nasproti konkurentom.

Nedvomno je, da vsi tržni deleži, ki so relevantni za kvantitativno analizo predmetnega upoštevnega trga kažejo na prevladujoč položaj družbe Mobitel, pri čemer z eno samo izjemo bistveno presegajo 50%. Agencija je podrobno analizo vplivov, ki jih imajo omenjeni visoki tržni deleži družbe Mobitel na stanje konkurence na relevantnem trgu in vzvode, s katerimi družba Mobitel izkorišča svojo pomembno tržno moč pred vsemi drugimi akterji na tem trgu, natančno utemeljila v poglavju 6.1.1. tudi z vidika pomembne tržne moči, zato na tem mestu zgolj povzema ugotovitev, da je iz vidika kriterija tržnih deležev Mobitelu treba pripisati pomembno tržno moč, saj tudi ob enakem trendu počasnega padanja tržnega deleža, ta ne bi padel pod prag, ki kaže na pomembno tržno moč.

### **7.1.2. Ovire za vstop na upoštevni trg in vpliv na potencialno konkurenco na tem trgu**

Agencija je merilo ovir za vstop na upoštevni trg in vpliv na potencialno konkurenco na tem trgu zelo natančno, tudi z vidika ugotavljanja pomembne tržne moči posamičnega operaterja podrobno analizirala v poglavju 6.1., kjer je vstopne ovire analizirala tako z vidika pravnih oz. regulatornih ovir, kot tudi z vidika strukturnih vstopnih ovir, v okviru tega pa je analizirala naslednje kriterije:

- nadzor nad infrastrukturo, ki se ne da zlahka podvojiti,
- potopljene stroški,
- ekonomije obsega in ekonomije povezanosti,
- tehnološke prednosti ali superiornost,
- stopnja vertikalne integracije,
- ovire za širitev in

- raznolikost storitev in produktov,

zato na tem mestu bistvene ugotovitve povzema, sicer pa napotuje na omenjeno poglavje. Podkriterij potencialne konkurence, ki prav tako ocenjuje ovire za vstop je Agencija tudi z vidika obstoja skupnega prevladujočega položaja podrobno preverila že v poglavju 6.2.3., zato na tem mestu napotuje tudi na to poglavje.

Grožnja za vstop na trg, bodisi da vstopajoči vstopa na dolgi rok bodisi za krajši čas, je ena izmed glavnih pritiskov potencialnih konkurentov na obstoječe podjetje, kjer je tak vstop verjeten, torej ne zgolj hipotetičen, pravočasen in upoštevanja vreden. Za upošteveni trg, ki je predmet te analize, so značilni visoki potopljeni stroški ter potreba po doseganju ekonomij obsega in povezanosti. Te lastnosti pomenijo, da se novi vstopnik na trg sooča s pomembnimi ovirami pri poskusu vstopa na trg, saj obstoječi operater(ji) praviloma obvladuje infrastrukturno, ki se je ne da zlahka podvojiti.

Kot je pokazala analiza prisotnosti velikih in stalnih ovir za vstop na trg, so vstopne ovire zelo visoke. Struktura trga in njegovo stanje omogočata takšno ravnanje najmočnejšega operaterja, da postavlja pod vprašaj vstop kasnejših operaterjev in ogroža njihov obstoj na trgu, na katerem, za razliko od prevladujočega operaterja ne morejo ravnati neodvisno. Kot pa je pokazala analiza vstopnih ovir, lahko celo ob prisotnosti *ex ante* regulacije uveljavljen operater v določeni meri izkorišča svojo pomembno tržno moč in ovira vstop operaterjev, s čimer si na dolgi rok zagotavlja večje maloprodajne prihodke, kot bi jih imel, če na trgu obstaja večje število operaterjev.

Agencija je tako ob preverjanju zgoraj navedenih podkriterijev, kot strukturnih vstopnih ovir preverila in tudi z vidika ocene pomembne tržne moči ugotovila, da so z izgradnjo mobilnega omrežja, ki zagotavlja komercialno ustrezen nastop na trgu, povezani visoki potopni stroški, ki z velikostjo omrežja rastejo, prav tako pa so s tem povezani tudi zelo visoki fiksni stroški, pri čemer je rezidentov v Sloveniji relativno malo število. Tudi ekonomije obsega in povezanosti predstavljajo zelo visoko vstopno oviro in izjemno prednost, ki jo lahko izkorišča operater, ki razpolaga z največjimi ekonomijami obsega in povezanosti. Daleč najvišje ekonomije obsega in povezanosti dosega in obvladuje Mobitel, ki jih lahko obenem uporabi tudi kot pomembno tržno moč, ki mu jo te dajejo. Prav iz tega razloga je v danih okoliščinah s predhodno regulacijo zagotovljen dostop ključen za premagovanje tovrstnih vstopnih ovir. Agencija je nadalje ugotovila tudi, da ima Mobitel bistvene tehnološke prednosti pred vsemi ostalimi konkurenti, slednje pa izvirajo predvsem iz njegovega najbolj razvitega mobilnega omrežja, ki lahko edino po več kriterijih zagotovi medoperaterski dostop na tem veleprodajnem trgu. Prav tako je Agencija ugotovila, da na predmetnem trgu delujejo štirje infrastrukturni operaterji, med katerimi pa je zgolj Mobitel tak, ki lahko stopnjo vertikalne integracije vsled dejstva, da lahko edini nudi dostop, zlorabi na način, ki bi tak dostop omejeval ali zavračal, saj ima neposreden interes s svojim vertikalno inegriranim veleprodajnim delom ščititi enako integriran maloprodajni del in mu na ta način zagotavljati višje prihodke. Agencija je pokazala, da je Mobitel stopnjo vertikalne integracije kot vstopno oviro izkoriščal prav ob vstopanju Tušmobila in T-2. Agencija je v analizi pokazala tudi, da se glede na visoke tržne deleže Mobitela, zrelost trga, Mobitelove tehnološke prednosti in nadzora nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti ter Mobitelovih na trgu najvišjih ekonomij obsega in povezanosti, njegovim konkurentom postavljajo visoke ovire za širitev. Slednje so podkrepjene tudi z drugimi okoliščinami, kot so visoka stopnja penetracije, zrelost trga in 2/3 delež naročniških uporabnikov, ki operaterja zamenjajo praviloma kasneje kot predplačniki in so nanj pogosteje časovno vezani.

Ob ponovni analizi se je pokazalo, da Mobitel obvladuje tudi infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti, kar mu na trgu vsekakor daje pomembno tržno moč. Namreč, zgolj Mobitel je ob položaju, ki ga ima na trgu, uspel zgraditi omrežje, ki lahko omogoča na tem trgu relevantne medoperaterske oblike dostopa. Si.mobil topogledno ni uspel do te mere podvojiti omrežja Mobitela. Podvojil ga je zgolj tako, da lahko, kot Mobitel, svojim uporabnikom zagotavlja lastne storitve na svojem omrežju. Slednjega pa Tušmobil in T-2 še ne moreta, saj

njuni omrežji za zagotavljanje storitev njunim končnim uporabnikom še nista zadostni, temveč morata za svoje delovanje najemati kapacitete omrežja družbe Mobitel. Kot je pokazala analiza, Mobitel ima nadzor nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka ponoviti in analiza ni z ničemer pokazala, da bi lahko takšen nadzor, ki mu daje na trgu pomembno tržno moč, v naslednjih dveh do treh letih izgubil.

Kljub temu, da obstoječi regulatorni ukrepi zmanjšujejo vstopne ovire, Agencija ugotavlja, da je v kratkem časovnem obdobju zgolj s svojim pravočasnim ukrepanjem zagotovila vstop na trg dvema infrastrukturnima operaterjema, ki sta zahtevala dostop do regulirane storitve. V primeru odsotnosti regulatornih obveznosti, ki jih je imel Mobitel, bi bilo ukrepanje Agencije neprimerno težje, sam vstop obeh operaterjev pa vprašljiv. Poudariti je treba, da bi na konkurenčno strukturiranem trgu ob vstopu novih operaterjev oba obstoječa operaterja želela pod konkurenčnimi pogoji ponuditi veleprodajno storitev dostopa, saj bi tudi v prihodu novih konkurentov še vedno tekmovala tudi med seboj, zato bi si oba želela zagotoviti ustrezen veleprodajni delež. Ob odsotnosti konkurence na trgu, pa dostopa do omrežja samoiniciativno ni ponudil noben od operaterjev, pri čemer je pomembno dejstvo, da družba Si.mobil zaradi že omenjenih omejitev, takšnega dostopa povpraševalcema ni mogla ponuditi. Slednje pomeni, da na trgu za dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij konkurenca zgolj z enim operaterjem, ki lahko ponudi zelene oblike medoperaterskega dostopa, pri čemer jih celo ob *ex ante* regulaciji zavrača, ni zagotovljena, struktura trga pa tudi ni takšna, da bi se trg k njej nagibal.

Na podlagi analize Agencija zaključuje, da v obdobju naslednjih dveh do treh let stanje na trgu ne bo takšno, da bi Mobitelu onemogočalo bodisi izrabljati, bodisi z zavračanjem dostopa celo ustvarjati takšnih vstopnih ovir. Agencija vidi možnosti za vzpostavitev učinkovite konkurence in s tem onemogočanje podlage za usklajeno delovanje šele z okrepitvijo novih vstopnikov na trgu do te mere, da bosta lahko delovala infrastrukturno neodvisno, hkrati pa tudi s krepitvijo konkurence na ravni medoperaterske konkurence, s čimer bi se vstopne ovire bistveno zmanjšale.

### **7.1.3. Vpliv velikih uporabnikov na moč operaterja (izravnalna kupna moč)**

Prisotnost kupcev s pogajalsko močjo lahko omeji ponudnikovo možnost, da bi se obnašal neodvisno od trga. Takšna izravnalna kupna moč je lahko posledica kupčevega obsega oziroma velikosti, količine storitve, ki jo kupuje ali kompenzacijskega faktorja. Kjer so torej kupci zadosti veliki in imajo zadosti moči, se lahko racionalno odzovejo na vsak poskus za zvišanje cen prodajalca.

Na trgih, kjer imajo stranke kot kupci močan pogajalski položaj, imajo ponudniki manj možnosti ravnati neodvisno od njih. Izravnalna kupna moč igra torej pomembno vlogo pri ocenjevanju pomembne tržne moči. Posledično je treba torej preveriti, ali imajo operaterji, ki kupujejo, ali bi želeli kupovati pri Mobitelu veleprodajno storitev dostopa in posredovanja klicev takšno pogajalsko moč, na podlagi katere bi sami in njihovi pogajalski partnerji uveljavljali enak vpliv na pogajanja in njihov razplet.

Glede na to, da je Mobitel edini, ki lahko ponudi veleprodajno storitev na predmetnem trgu, je očitno, da se bodo lahko obstoječi in potencialni kupci obrnili nanj. Slednje se je zgodilo prav v primeru vstopa Tušmobila in T-2 na predmetni trg, kjer pa sta oba operaterja, ki sta želela dostop naletela na razmere na trgu, ki ne kažejo na prisotnost učinkovite konkurence, ampak na prisotnost uveljavljanja pomembne tržne moči. Pri tem Tušmobil in T-2 nasproti Mobitelu sama nista mogla uveljavljati izravnalne kupne moči. Na slednje kaže tudi dejstvo, da sta morala kljub temu, da sta od operaterja Mobitel zahtevala dostop do regulirane storitve, pri Agenciji vsak zase vložiti spor, saj kljub vložitvi razumne zahteve dostopa nista mogla izpogajati. Vsakršna odsotnost izravnalne kupne moči operaterjev, ki od Mobitela na tem upoštevem trgi nabavljajo kakršenkoli medoperaterski dostop izhaja prav iz dejstva, da na tem upoštevem trgu ni drugega ponudnika, ki bi jim lahko ponudil enakovredno

veleprodajno storitev, s čimer bi se povpraševalcem povečala možnost uporabiti izravnalno kupno moč v pogajanjih z Mobitelom. V primeru, ko bi bila na predmetnem trgu vzpostavljena učinkovita konkurenca, Mobitel za dostopa ne bi zavračal, saj bi se zavedal, da se lahko operaterja za dostop obrneta tudi na drugega ponudnika. Nepopustljivo vztrajanje pri pogojih dostopa, ki je zahtevalo intervencijo Agencije, kaže na to, da se je Mobitel zavedal, da na trgu drug operater ne more ponuditi dostopa Tušmobilu in T-2 in da tozadevno nimata nobene izravnalne kupne moči.

Glede na navedeno, tudi ta kriterij kaže na pomemben položaj Mobitela na zadevnem trgu.

#### **7.1.4. Tehnološke prednosti**

Agencija je merilo tehnoloških prednosti na tem trgu zelo podrobno analizirala, tudi z vidika ugotavljanja pomembne tržne moči posamičnega operaterja, v poglavju 6.1.1.4., zato na tem mestu napotuje na omenjeno poglavje.

Tehnološke prednosti lahko predstavljajo oviro za vstop na trg ali prednost za obstoječe konkurente, na primer zaradi nižjih stroškov produkcije in zaradi večje raznolikost produktov. Na trgih z večjo stopnjo tehnoloških inovacij je možnost obstoja pomembne tržne moči veliko bolj omejena kot na trgih z nizko stopnjo tehnoloških inovacij. Inovacija, ki je posledica tehnološkega razvoja, torej zmanjšuje tržno moč obstoječih operaterjev.

V zvezi z GSM tehnologijo ne moremo trditi, da imata kasnejša vstopnika možnost izkoriščati takšne tehnološke prednosti, ki bi ju pred prevladujočim operaterjem postavljale v privilegiran položaj. Tehnologija, ki temelji na standardu GSM je dosegla takšno stopnjo zrelosti, da v zvezi z njo ni pričakovati bistvenih inovativnosti. GSM, kot tehnologija druge generacije je bila nadgrajena v tako imenovano 2,5 generacijo s HSCSD, GPRS in EDGE, ki so pomenili bistvene premike v smislu podatkovnega prenosa, bistvene tozadevne spremembe pa so se zgodile že pred časom. Tehnologija, temelječa na standardu UMTS je še relativno mlada, kar pomeni, da se v zvezi z njo še pojavljajo nadaljnje inovacije. Glede tehnologij tretje generacije prav tako ne moramo govoriti o tehnoloških prednostih, ki bi jih imeli novi ali kasnejši vstopniki pred obstoječima operaterjema, ki na omenjeni tehnologiji delujeta nekoliko dlje časa, saj je tehnologija relativno mlada, od njenega razvoja in inovacij na tem področju pa lahko imajo koristi tako obstoječi operaterji, kot potencialni novi vstopniki. S tega vidika tako ni mogoče zaključiti, da je vstop novih ali kasnejših operaterjev lažji ali učinkovitejši, ali da bi imeli slednji iz tega vidika upoštevanja vredno prednost pri prihodu na trg. Ob tem je treba poudariti, da je bil Mobitel v marsičem pionir na področju razvoja druge in tretje generacije tako v Sloveniji, kot tudi širše in je nekatere tehnologije, temelječe tako na GSM kot tudi na UMTS standardih vpeljeval med prvimi v svetu, kar ga nasproti kasnejšim vstopnikom postavlja do določene mere v privilegiran položaj, saj tozadevno razpolaga z bistveno bogatejšimi izkušnjami, prav tako pa s tehnološko bolj razvitim omrežjem in izdelanimi spremljajočimi storitvami, ki na teh tehnologijah temeljijo. Mobitelu je sicer Si.mobil sledil, vendar največkrat celo z nekajletnim zamikom in deloma manj razvitimi storitvami. Kar se tiče novih vstopnikov, razvitosti in kapacitet svojih omrežij ne moreta primerjati z Mobitelovim. Kasnejša vstopnika Tušmobil in T-2 namreč nimata v zadostni meri za neodvisno delovanje na trgu izgrajene niti lastne infrastrukture.

Prednost Mobitela pred ostalimi konkurenti je tudi v luči bistveno bolj razvitega omrežja druge (predvsem v smislu dostopovnega dela in kapacitet) pa tudi tretje generacije, nadgrajenega tako z tehnologijama HSDPA in HSUPA in največjo pokritostjo in kapaciteto GSM in UMTS omrežja, bistveno večja.

Slednje gotovo predstavlja vstopno oviro kasnejšim in novim vstopnikom na predmetni trg, ki ni zanemarljiva, za Mobitel pa po drugi strani pomeni pomembno tržno moč, saj lahko prav s tehnološko prednostjo in superiornostjo na trgu deluje bistveno bolj neodvisno od samostojno od konkurentov.

### 7.1.5. Doseganje ekonomij obsega in ekonomije povezanosti

Agencija je merilo doseganja ekonomij obsega oziroma in ekonomij povezanosti na tem trgu zelo natančno, tudi z vidika ugotavljanja pomembne tržne moči posamičnega operaterja podrobno analizirala v poglavju 6.1.1.3., zato na tem mestu napotuje na omenjeno poglavje.

Med drugim je Agencija v analizi tržnih deležev pokazala, da Mobitel na predmetnem trgu obvladuje daleč največje tržne deleže glede na opravljen promet in prihodke v primerjavi z vsemi operaterji na trgu. Slednje pomeni, da razpolaga z daleč največjimi ekonomijami obsega. Mobitel lahko zaradi bistveno večjih volumnov prometa tako dosega nižji strošek na enoto, kar ga v primerjavi s konkurenti na trgu postavlja v prednost, saj lahko s tako ustvarjeno razliko pokriva druge stroške, kot so večja vlaganja v omrežje in tehnološke ali storitvene izboljšave, v neposredno trženje za pridobivanje ali zadrževanje obstoječih končnih uporabnikov, subvencioniranje drugih, naprednejših storitev in podobno. Glede na to, da si operaterji konkurirajo predvsem na maloprodajnem trgu, je takšen prihranek pri veleprodajnih stroških, ki ga lahko Mobitel zaradi doseganja velikih ekonomij obsega prelije v nižanje maloprodajnih cen svojim uporabnikom, za ostale konkurente dodatna ovira pri oblikovanju konkurenčnih ponudb. Mobitel je hčerinsko podjetje družbe Telekom Slovenije d.d., ki je v Sloveniji največji ponudnik storitev fiksne telefonije in širokopasovnega dostopa z lastnim bakrenim in optičnim dostopovnim omrežjem, razvejanim po celotnem ozemlju države. Družbi tako skupaj uspešno izkoriščata ekonomije povezanosti tudi na način, da ponujata fiksno mobilne storitve v enotnih paketih. Hkrati povezanost družb omogoča Mobitelu lažji dostop do hrbtničnega omrežja družbe Telekom Slovenije d.d.

Operaterji, ki na tem trgu takšnih ekonomij obsega ne dosegajo, so lahko tako v bistveno slabšem položaju.

Velike ekonomije obsega, ki jih na predmetnem upoštevnem trgu obvladuje Mobitel kažejo na njegovo pomembno tržno moč na tem upoštevnem trgu.

### 7.1.6. Stopnja vertikalne integracije

Agencija je merilo stopnje vertikalne integracije na tem trgu tudi z vidika ugotavljanja pomembne tržne moči posamičnega operaterja podrobno analizirala že v poglavju 6.1.1.5., zato na tem mestu napotuje na omenjeno poglavje.

Smernice obravnavajo integracijo kot vzvod tržne moči. Z vzvodom se razume kakršnokoli obnašanje, s katerim podjetje, ki ima to moč, to prenese na drug potencialno konkurenčen trg. Ker je vzvod poskus izrinjanja tekmecev iz potencialno konkurenčnega trga, omejitev njihove prodaje oziroma dohodkov ali zgolj oviranje tekmecev pri vstopu na trg, se ga razume tudi kot obliko izključevanja konkurentov. Vertikalni vzvod se lahko definira tudi kot vsaka praksa prevladujočega podjetja, ki nekaterim uporabnikom odreka dostop do nujnih *inputov*, oziroma vhodnih storitev z namenom vzdrževanja prevladujoče tržne moči in to moč iz enega segmenta trga (segment ozkega grla) prenaša na drug trg (potencialno konkurenčen trg). Ker vzvod povzroča tržno moč na potencialno konkurenčnem trgu, je običajno škodljiv za celotno družbeno blaginjo.

Na predmetnem trgu delujejo štirje infrastrukturni konkurenti, ki so vsi vertikalno integrirani. V njihovem primeru to pomeni, da njihova vertikalno integrirana veleprodajna enota ponuja veleprodajno storitve, ki jih nato maloprodajna vertikalno integrirana enota istega podjetja ponuja na maloprodajnem trgu končnim uporabnikom (t.i. *self-supply*). Ne glede na to, pa je Agencija ugotovila, da vsi štirje operaterji vzvoda vertikalne integracije ne morejo uporabiti v smislu pomembne tržne moči. Bistveno večje vzvode ima namreč operater, ki lahko na veleprodajnem trgu ponuja storitev dostopa ponuja poleg vertikalno integriranemu maloprodajnemu delu istega podjetja tudi drugim operaterjem, še posebej, če na trgu za to

obstaja povpraševanje. V kolikor je na veleprodajnem trgu dosežena zadostna stopnja konkurence je malo verjetno, da bi takšni operaterji izkoriščali vzvod te tržne moči, saj bi se s tem prikrajšali za znaten del veleprodajnih prihodkov, ki bi jih tako prejel drug operater, ki se takšnega vzvoda ne bi poslužil. Če pa je na trgu zgolj en operater, ki lahko ponudi takšno veleprodajno storitev dostopa, pri čemer je stopnja povpraševanja velika, je zelo verjetno, da se bo poslužil takšnega vzvoda vertikalne integracije in z zavrnitvijo takšnega veleprodajnega dostopa drugim operaterjem poskušal svoji vertikalno integrirani maloprodajni enoti zagotoviti čim večje maloprodajne tržne deleže in prihodke, ki jih iz tega naslova ustvarja.

Takšen vzvod je v primeru vstopa Tušmobila in T-2 uporabil Mobitel, ki je za vstop postavljajl pogoje, ki so kazali, da jima takšnega dostopa ne želi odobriti (še posebej v luči dejstva, da je bil na predmetnem upoštevem trgu reguliran). Na ta način je Mobitel z vzvodom vertikalne integracije poskušal svoji maloprodajni vertikalno integrirani enoti ohraniti visoke tržne deleže na maloprodaji, posledično pa prihodke, ki iz tega naslova izvirajo.

Glede na navedeno lahko ugotovimo, da lahko stopnjo vertikalne integracije kot vstopno oviro neprimerno lažje in v največjem obsegu izkorišča Mobitel, tudi vsled dejstva, da družba Si.mobil iz povsem tehničnih in logističnih razlogov na drugi strani na veleprodajnem trgu brez večjih in hitrih posegov v infrastrukturo ne more ponujati enakovredne veleprodajne storitve, kar kaže, da na trgu tozadevno učinkovite konkurence ni, saj lahko te oblike veleprodajnega dostopa brez dodatnih večjih posegov, ki bi ji pomenili nesorazmerno breme in z razpoložljivim omrežjem ponuja le družba Mobitel.

Agencija tako ugotavlja, da je družba Mobitel operater s pomembno tržno močjo tudi na podlagi ocene tega merila.

#### **7.1.7. Nadzor nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti**

Agencija je merilo nadzora nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti na tem trgu tudi z vidika ugotavljanja pomembne tržne moči posamičnega operaterja podrobno analizirala že v poglavju 6.1.1.1. in 7.1.2., zato na tem mestu napotuje tudi na omenjeni poglavji.

Če operater nadzoruje infrastrukturo, ki jo je težko podvojiti, obenem pa takšna infrastruktura pomeni pomemben *input* za zagotavljanje storitev, je to pokazatelj pomembne tržne moči. Infrastruktura je lahko težko podvojljiva iz tehničnih in/ali ekonomskih razlogov. Navedeno merilo sodi tako v splošnem med vstopne ovire.

Analiza je pokazala, da je zgolj Mobitel ob položaju, ki ga ima na trgu, uspel zgraditi omrežje, ki lahko omogoča na tem trgu relevantne medoperaterske oblike dostopa. Si.mobil topogledno ni uspel do te mere podvojiti omrežja Mobitela. Podvojil ga je zgolj toliko, da lahko, kot Mobitel, svojim uporabnikom zagotavlja lastne storitve na svojem omrežju, ne pa tudi v takšni meri, da bi lahko omogočil operaterjem povpraševalcem vse oblike veleprodajnih dostopov. Tušmobil in T-2 s svojima omrežjema še ne moreta v zadostni meri zagotavljati storitev lastnim končnim uporabnikom, saj njuni omrežji za zagotavljanje storitev njunim končnim uporabnikom še nista zgrajeni v dovoljšnji meri, temveč morata za svoje delovanje najemati kapacitete omrežja družbe Mobitel. Kot je pokazala analiza, Mobitel ima nadzor nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka ponoviti. Analiza pa ni z ničemer pokazala, da bi lahko Mobitel takšen nadzor, ki mu daje na trgu pomembno tržno moč, v naslednjih dveh do treh letih izgubil.

Si.mobil sicer dosega stopnjo pokritosti prebivalstva in ozemlja Slovenije, ki je lahko v določeni meri primerljiva z omrežjem Mobitela, vendar je pri tem pomembno dejstvo, da Si.mobil obe pokritosti zagotavlja z bistveno nižjim številom baznih postaj kot družba Mobitel. Nesporno dejstvo je namreč, da je radijsko in jedrno omrežje Si.mobila bistveno manjše v primerjavi z Mobitelovim, kar pomeni tudi, da lahko zagotavlja manjše kapacitete v smislu

prometa. Tako bi moral Si.mobil za to, da bi novemu vstopniku ponujal veleprodajne storitve dostopa do svojega omrežja in posredovanje klicev iz tega omrežja v enakem obsegu kot Mobitel, v zelo kratkem času opraviti v svojem omrežju tehnične posege in nadgradnje, ki jih družbi Mobitel zaradi razpoložljivih kapacitet in izkušenj, ki jih na tem veleprodajnem segmentu že ima, ni potrebno opravljati. Si.mobil bazo končnih uporabnikov na svojem omrežju še vedno povečuje in temu primerno sprotno nadgrajuje potrebne omrežne in druge kapacitete, po drugi strani pa družbi Mobitel tržni delež lastnih končnih uporabnikov postopno upada. Družba Si.mobil iz povsem tehničnih in logističnih razlogov na drugi strani na veleprodajnem trgu ne more ponujati enakovredne storitve, ker tudi sama, kot drugi najbolj razviti operater, ki je na trgu že 10 let, ni uspela podvojiti omrežja družbe Mobitel. Predvsem zaradi izjemno visokih stroškov je omrežje nadgrajevala le v obsegu, potrebnem za zagotavljanje storitev lastnim uporabnikom, ki so sicer predstavljali bistveno nižji tržni delež od Mobitelovih, ki pa je sicer ves čas počasi rasel.

Navedeno kaže, da je Mobitel tudi z vidika nepodvojljivosti njegovega omrežja operater s pomembno tržno močjo.

## **7.2. Ugotovitev stanja na upoštevem trgu »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«**

Agencija je na podlagi spodaj nevednih kriterijev preverjala, ali na predmetnem trgu obstaja operater, ki ima položaj, enakovreden prevladujočemu položaju, torej tak ekonomski vpliv, da mu omogoča znatno mero samostojnosti nasproti konkurentom, uporabnikom in potrošnikom na podlagi naslednjih kriterijev:

- nadzor nad infrastrukturo, ki se ne da zlahka podvojiti,
- potopljene stroški,
- ekonomije obsega in ekonomije povezanosti,
- tehnološke prednosti ali superiornost,
- stopnja vertikalne integracije,
- ovire za širitev in
- raznolikost storitev in produktov.

Iz opravljene analize na podlagi zgoraj navedenih meril izhaja, da ima družba Mobitel pomembno tržno moč na upoštevem trgu »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« in da na tem trgu ni učinkovite konkurence. Na to kaže več indikatorjev analiziranih meril. Pokazatelj o obstoju pomembne tržne moči družbe Mobitel so izredno visoki tržni deleži, ki jih ima družba na upoštevem trgu. Obstajajo pa tudi ovire, ki vstopajočim operaterjem otežujejo vstop na trg, kar je povezano z omrežno infrastrukturo, ki je ni mogoče zlahka podvojiti, saj so zanjo značilni visoki potopljene stroški, kar še dodatno otežuje vstop operaterjev na trg. Odsotnost izravnalne kupne moči uporabnikov predmetnih medoperaterskih storitev družbe Mobitel potrjuje ugotovitev o pomembni tržni moči, prav tako zrelost trga, na katerem konkurenti le težko pridobivajo nove uporabnike in se širijo. Analiza je pokazala, da je družba Mobitel na trgu tehnološko superiorna in lahko trenutno celo edina nudi celostne storitve in oblike medoperaterskega dostopa na zadevnem trgu. Mobitel prav tako obvladuje daleč največji del ekonomij obsega in jih lahko v največji meri tudi izkorišča, kar velja tudi za ekonomije povezanosti na storitvenem delu. Kot ostali infrastrukturni operaterji, je tudi Mobitel vertikalno integriran, vendar pa lahko vertikalno integracijo edini v največji meri izkoristi v smislu zavrnitve ali oteževanja zagotavljanja oblik medoperaterskega dostopa na zadevnem trgu. Analiza je prav tako pokazala, da je infrastrukturo omrežja Mobitel težko podvojiti in da slednje ni uspelo niti največjemu konkurentu, ki je na trgu že deset let, saj ne razpolaga z omrežjem, ki bi lahko, kot Mobitelovo, omogočalo primerljive medoperaterske oblike dostopa, po katerih na veleprodajnem trgu povprašujejo operaterji.



Glede na ugotovljeno ni potrebe po preverjanju drugih kriterijev četrtega odstavka 19. člena ZEKom, saj ti glede na navedeno ne bi mogli dati drugačnega rezultata. Na podlagi navedenih kriterijev se je Agencija torej prepričala o obstoju pomembne tržne moči operaterja Mobitel.

**Agencija tako ugotavlja, da je na enotnem upoštevem trgu »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« operater s pomembno tržno močjo družba Mobitel, ki ima na tem upoštevem trgu pomembno tržno moč.**

## 8. Predlagane obveznosti operaterju s pomembno tržno močjo

Iz opravljene tržne analize na podlagi meril iz prejšnjega poglavja izhaja, da ima na predmetnem upoštevem trgu pomembno tržno moč družba Mobitel, kar pomeni, da ima na tem upoštevem trgu položaj, enakovreden prevladujočemu položaju, torej tak ekonomski vpliv, ki mu omogoča znatno mero samostojnosti nasproti konkurentom, uporabnikom in potrošnikom.

Agencija bo v nadaljevanju ugotavljala, katere obveznosti so za operaterja Mobitel kot operaterja s pomembno tržno močjo (v nadaljevanju: OPTM) primerne za preprečevanje obstoječih oziroma potencialnih motenj na trgu in jih je mogoče naložiti operaterju na podlagi ZEKom. Agencija je pri izbiri predlaganih obveznosti upoštevala tudi zahtevano načelo sorazmernosti in nujnosti za doseg želenega cilja. Agencija bo v nadaljevanju predlagala za družbo Mobitel kot OPTM obveznosti, s katerimi želi na trgu zagotoviti:

- pospeševanje konkurence,
- razvoj notranjega trga,
- zaščito interesov uporabnikov.

Preko naloženih obveznosti OPTM Agencija zasleduje tudi druge cilje na tem trgu, kot so spodbujanje investicij v infrastrukturo in inovacije na tem področju.

Agencija je prepričana, da je treba družbi Mobitel treba na podlagi ugotovitev iz opravljene analize naložiti sledeče obveznosti:

1. obveznost dopustitve operaterskega dostopa do določenih omrežnih zmogljivosti in njihove uporabe (operaterski dostop),
2. obveznost zagotavljanja enakega obravnavanja (nediskriminatornost),
3. obveznost zagotavljanja preglednosti (transparentnost),
4. obveznost cenovnega nadzora (cenovni nadzor),

pri tem pa poudarja, kot je to v analizi storila že na več mestih, da te obveznosti vidi kot začasne ukrepe, potrebne za obdobje do naslednje analize. Po preteku tega časa namreč pričakuje, da na predmetnem veleprodajnem trgu ne bosta delovala le dva mobilna operaterja z zadostno razvitim javnim mobilnim telefonskim omrežjem, ki omogoča celovito ponujanje storitev samemu sebi, in le eden, ki lahko omogoča nudenje storitev dostopa do omrežja in posredovanja klicev in SMS sporočil iz tega omrežja tudi ostalim povpraševalcem na tem medoperaterskem trgu. Prav slednje vidi Agencija kot predpogoj za takšno strukturo trga, ki se nagiba k učinkoviti konkurenci, onemogoča izrabljanje tržne moči ter na dolgi rok zagotavlja konkurenčne veleprodajne pogoje za vse operaterje povpraševalce po katerikoli obliki dostopa (morebitne operaterje navideznih mobilnih omrežij, obstoječa, ali morebitne nove ponudnike storitev / preprodajalce ter morebitne operaterje javnih mobilnih telefonskih omrežij, ki bi želeli uporabljati nacionalno gostovanje). Odsotnost navedenih ukrepov in *ex ante* regulacije ob trenutni strukturi predmetnega veleprodajnega trga bi lahko imelo, kot je pokazala analiza, za posledico takšno delovanje Mobitela, ki bi iz trga, bodisi s postavljanjem nerazumnih tehničnih in komercialnih pogojev, bodisi s prekinitvijo obstoječih medoperaterskih pogodb o dostopu, izrinilo obstoječe operaterje povpraševalce, torej oba operaterja, ki uporabljata nacionalno gostovanje, kot tudi oba ponudnika storitev / preprodajalca. Kot je pokazala analiza, ima Mobitel glede na ugotovljeno tržno moč možnost uporabiti vzvode, ki mu bodo, glede na to da operaterji med sabo konkurenčno tekmujejo na maloprodaji, omogočili čim dlje ohraniti čim večje maloprodajne tržne deleže, ki mu bodo zagotavljali čim večje prihodke, slednje pa mu prisotnost konkurentov omejuje. Pomembna ob tem je ugotovitev, da ima takšno tržno moč, ki jo lahko zoper ostale operaterje uporabi, saj je njegov položaj na predmetnem upoštevem trgu tak, da se lahko na trgu obnaša v veliki meri neodvisno od ostalih operaterjev in končnih uporabnikov. V kolikor družbi Mobitel takšno delovanje na predmetnem trgu z naložitvijo ustreznih in sorazmernih ukrepov ne

prepreči, ima lahko to nepopravljive in dolgoročne posledice tako za predmetni trg in razvoj konkurence na njem, kot tudi za druge povezane trge in posledično dobrobit končnih uporabnikov.

### **8.1. Obveznost dopustitve operaterskega dostopa do določenih omrežnih zmogljivosti in njihove uporabe**

Operater s pomembno tržno močjo na upoštevem trgu »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« mora na podlagi 26. člena ZEKom ugoditi vsem razumnim zahtevam za operaterski dostop do in uporabo določenih omrežnih elementov in pripadajočih zmogljivosti za naslednje oblike medoperaterskega dostopa (*prvi odstavek*):

- nacionalno gostovanje (*7. točka drugega odstavka*)
- mobilne operaterje navideznih omrežij (MVNO) (*5. točka drugega odstavka*)
- ponudnike storitev/preprodajalce (*service provider*) (*4. točka drugega odstavka*)

Operaterju s pomembno tržno močjo se v zvezi z operaterskim dostopom do in uporabo določenih omrežnih elementov in pripadajočih zmogljivosti naložijo obveznosti:

- pogajati se v dobri veri z operaterji, ki zahtevajo operaterski dostop (*2. točka drugega odstavka*)  
Operater s pomembno tržno močjo mora vzpostaviti delujočo obliko dostopa v 60 dneh od prejete razumne zahteve;
- ne zavrniti že odobrenega operaterskega dostopa do zmogljivosti (*3. točka drugega odstavka*).

Agencija lahko z odločbo iz prvega odstavka 26. člena ZEKom naloži operaterju s pomembno tržno močjo obveznost, da ugoti vsem razumnim zahtevam za operaterski dostop in uporabo določenih omrežnih elementov in povezanih zmogljivosti. Pri tem Agencija lahko naloži tudi dodatne pogoje, da se zagotovi poštenost, razumnost in pravočasnost izpolnitve obveznosti. Tako ravna Agencija zlasti, kadar oceni, da bi zavrnitev operaterskega dostopa ali nerazumni pogoji, ki bi imeli podoben učinek, ovirali vzpostavitev zadostne konkurenčnosti trga ali da ne bi bili v interesu končnih uporabnikov. Z naložitvijo navedene obveznosti se želi preprečiti dejanja, ki preprečujejo konkurenco in niso cenovne narave.

Mobitel ima pomembno tržno moč na predmetnem upoštevem trgu dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij, kar mu omogoča sprejemanje odločitev neodvisno od ravnanj ostalih udeležencev na trgu ter mu omogoča, da prepreči ali omeji operaterski dostop ostalim operaterjem, ki za delovanje na maloprodajnem trgu potrebujejo eno od oblik operaterskega dostopa (bodisi v obliki nacionalnega gostovanja, v obliki ponudnika storitev / preprodajalca ali operaterja navideznega mobilnega omrežja). Operaterski dostop bi lahko preprečeval ali omejeval predvsem s postavitvijo nerazumnih tehničnih ali ekonomskih pogojev in podobnim. V primeru opustitve te obveznosti, dostop do končnih uporabnikov na maloprodajnem trgu ne bi bil mogoč, s tem pa bi bil ogrožen razvoj konkurence na predmetnem veleprodajnem trgu, njegov razvoj in posledični interesi ter dobrobit končnih uporabnikov, slednje pa bi imelo enake negativne posledice tudi na maloprodajnem trgu mobilnih storitev. Onemogočanje dostopa ali zavrnitev že odobrenega dostopa bi operaterju s pomembno tržno močjo prineslo koristi, saj bi na koncu deloval na maloprodajnem trgu z bistveno manj konkurenti, kar pomeni, da bi bil deležen bistveno večjih maloprodajnih prihodkov, kot v primeru, ko bi bili maloprodajni tržni deleži bolj enakomerno razporejeni med več operaterji. Posledično bi lahko na takšnem trgu postavljali neutemeljeno višje cene, saj uporabniki zaradi bistveno manj konkurenčne ponudbe na trgu ne bi imeli možnosti izbire.

Ta obveznost je zato nujno potrebna, da se zagotovi delovanje na maloprodajnem trgu operaterjem, ki tak dostop potrebujejo za zagotavljanje maloprodajnih storitev svojim končnim uporabnikom. Zato je treba Mobitelu na podlagi 26. člena ZEKom naložiti

obveznost sklenitve operaterskega dostopa do njegovega javnega mobilnega telefonskega omrežja z zainteresiranimi operaterji.

Mobitel se mora v dobri veri pogajati z vsemi operaterji, ki zahtevajo operaterski dostop. Agencija ugotavlja, da je ta ukrep potrebno in učinkovito sredstvo, ki omogoča in vzpodbuja operaterski dostop kot nujni pogoj za dostop do končnih uporabnikov na maloprodajnem trgu in s tem zagotovitev prihodnjega razvoja upoštevnega trga v smislu nagibanja strukture trga k učinkoviti konkurenci in zaščite interesov končnih uporabnikov.

Poleg tega Mobitel ne sme zavrniti že odobrenega operaterskega dostopa do zmogljivosti. Agencija je prepričana, da je ta obveznost nujna, saj bi zavrnitev že odobrenega dostopa pomenila onemogočanje operaterskega dostopa, kar bi imelo za posledico, da bi moral zavrnjeni operater iskati alternativno pot za dostop do končnih uporabnikov, ki pa, kot je pokazala pričujoča analiza, ne obstaja.

Agencija ugotavlja, da je treba zaradi preprečitve morebitnega zavlačevanja pri vzpostavitvi operaterskega dostopa na strani operaterja s pomembno tržno močjo, kot dodaten pogoj naložiti tudi roke za vzpostavitev želene oblike dostopa. Agencija ugotavlja, da bi bil primeren rok za vzpostavitev delujočega medoperaterskega dostopa največ 60 dni od prejema popolne razumne zahteve operaterja, ki vsebuje in upošteva vse elemente, kot so določeni v vzorčni ponudbi, ki jo ima operater s pomembno tržno močjo objavljeno na svojih spletnih straneh. Rok 60 dni je utemeljen tudi v luči dejstva, da je običajen rok za sklenitev dogovorov o medomrežni povezavi 30 dni, dogovori o operaterskem dostopu pa so lahko bolj kompleksni ter lahko posledično terjajo več časa.

Agencija je ugotovila, da so naložene obveznosti sorazmerne glede na koristi pri vzpostavljanju učinkovite konkurence na trgu. Operaterski dostop operaterjem omogoča, da dostopajo do končnih uporabnikov. Operater, ki tak dostop nadzoruje, pa bi lahko trajno preprečil vstop operaterjem, ki mu želijo konkurirati. Analiza trga in tržne moči je pokazala, da bi imela nenaložitev te obveznosti za neposredno posledico odpoved pogodb z novima vstopnikoma in zaprtje trga za nove infrastrukturne konkurente, kar bi pomenilo trajno škodo za razvoj konkurence. Po drugi strani pa naložitev te obveznosti pomeni le zahtevo, da mora operater s pomembno tržno močjo na predmetnem trgu svoje omrežne zmogljivosti prodajati s primerno stopnjo donosa, kar ne predstavlja nesorazmernega bremena, saj operater s tem ni oškodovan na nikakršen način, ampak je upravičen do plačila, ki mu zagotavlja primeren donos glede na vloženi kapital. Prav tako so obveznosti potrebne in sorazmerne z vidika varstva konkurence in zaščite končnih uporabnikov in le z njihovimi naložitvami se lahko slednje tudi doseže. Opustitev obveznosti bi namreč neposredno negativno vplivala tudi na konkurenco na maloprodajnem trgu, kot je nedvomno pokazala pričujoča analiza. Omenjene obveznosti mora Mobitel izpolniti takoj od njihove naložitve.

## **8.2. Obveznost zagotavljanja enakega obravnavanja**

Operater s pomembno tržno močjo na upoštevne trgu »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« mora na podlagi 24. člena ZEKom v zvezi z operaterskim dostopom zagotavljati enako obravnavanje vseh operaterjev (*prvi odstavek*), pri čemer mora zagotavljati enakovredne komercialne in tehnične pogoje operaterskega dostopa v enakovrednih okoliščinah za druge operaterje, ki zagotavljajo enakovredne storitve (*1. točka drugega odstavka*).

V 24. členu ZEKom je določeno, da lahko Agencija operaterju s pomembno tržno močjo naloži obveznost zagotavljanja enakega obravnavanja v zvezi z operaterskim dostopom.

Z naložitvijo obveznosti se zlasti zagotovi, da operater s pomembno tržno močjo uporablja enakovredne pogoje operaterskega dostopa v enakovrednih okoliščinah za druge operaterje, ki zagotavljajo enakovredne storitve, ter zagotavlja drugim operaterjem enako

kakovostne storitve in informacije v zvezi z operaterskim dostopom pod enakimi pogoji kot za svoje storitve ali storitve svojih hčerinskih podjetij ali partnerskih podjetij.

Sama naložitev obveznosti dopustitve operaterskega dostopa ni zadosten ukrep, ker lahko Mobitel kot OPTM svojo pomembno tržno moč uveljavlja na druge načine. Mobitel ima ekonomski interes in na trgu tudi ustrezno moč za določena ravnanja kot so: cenovna diskriminacija, zagotovitev produktov ali storitev v slabši kvaliteti, preprečitev dostopa do določenih nujnih informacij v zvezi z operaterskim dostopom, zakasnitev pri zagotavljanju informacij, ali določitev neprimernih pogodbenih pogojev (tehničnih in komercialnih). Vse to so tudi ovire za vstop na trg. Informacije in storitve, ki jih Mobitel zagotavlja ostalim operaterjem, morajo biti podane v enakem času in biti enake kakovosti, kot jih zagotavljata zase oziroma za svoj vertikalno povezani del, ki ponuja maloprodajne storitve.

Zaradi navedenega Agencija ugotavlja, da je Mobitelu kot OPTM potrebno naložiti obveznost enakega obravnavanja, v okviru katere mora zagotoviti enake pogoje v enakovrednih okoliščinah za vse operaterje in jim mora nuditi storitve in informacije v zvezi z operaterskim dostopom pod enakimi pogoji in enake kvalitete kot za svoje lastne storitve.

Mobitel lahko kot OPTM narekuje pogoje dostopa do svojega javnega mobilnega telefonskega omrežja in posredovanja klicev iz tega omrežja in bi lahko z diskriminatornim obnašanjem postavil določenega operaterja v boljši položaj nasproti ostalim. Na enak način bi lahko pri nujenju storitev dostopa do svojega javnega mobilnega telefonskega omrežja in posredovanja klicev iz tega omrežja diskriminiral druge operaterje nasproti svojemu vertikalno integriranemu delu, ki deluje v smislu maloprodajnega nujenja javnih mobilnih telefonskih storitev končnim uporabnikom.

V skladu z navedenim Agencija ugotavlja, da je družbi Mobitel potrebno na podlagi 24. člena ZEKom naložiti obveznost enakega obravnavanja, v smislu katere mora drugim operaterjem ponuditi veleprodajne cene dostopa do svojega javnega mobilnega telefonskega omrežja in posredovanja klicev iz tega omrežja po načelu enakega obravnavanja, kar pomeni, da morajo biti tako veleprodajne cene, kot tudi tehnični in ostali pogoji tako enaki za vse operaterje, ki zahtevajo enakovreden dostop.

Agencija iz navedenih razlogov zaključuje, da je treba ukrep enakega obravnavanja operaterjev, izpolniti takoj po naložitvi te obveznosti. Omenjena obveznost je namreč nujen ukrep za doseg dolgoročne konkurenčnosti in zaščite vseh končnih uporabnikov, ki ga ni mogoče doseči na drugačen način, poleg tega pa za operaterja ne predstavlja nesorazmernega bremena, saj ne zahteva izpolnitev, ki jih že sicer ne bi zagotavljal drugim operaterjem oz. sam sebi.

### **8.3. Obveznost zagotavljanja preglednosti**

Operater s pomembno tržno močjo na upoštevem trgu »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« mora na podlagi 23. člena ZEKom v zvezi z operaterskim dostopom zagotavljati preglednost (prvi odstavek) na način, da za vse oblike operaterskega dostopa najkasneje v 30 60 dneh, kar je v Sloveniji celo presega običajen rok za objavo tovrstnih dokumentov, na svojih spletnih straneh objaviti in trideseti dan po preteku tega roka uveljaviti vzorčno ponudbo (drugi odstavek), ki vključuje tako tehnične kot komercialne pogoje z opisom storitev, ki jih operater s pomembno tržno močjo v zvezi s posamezno obliko dostopa ponuja. Vzorčna ponudba mora biti dovolj razčlenjena, da operaterjem, ki želijo določeno storitev v zvezi z operaterskim dostopom, ni treba plačati zmogljivosti, ki niso nujno potrebne za zahtevano storitev. Vsled dejstva, da družba Mobitel prvič pripravlja tako razdelane vzorčne ponudbe, je Agencija določila daljši rok, od običajnih, torej najkasneje 60 dni. Vzorčna ponudba mora za posamezno obliko operaterskega dostopa vsebovati vsaj naslednje:

- opis ponujane storitve,
- splošne pogodbene pogoje,
- cene dostopa,
- cene storitev,
- metodologijo izračuna ponudb, ki nimajo fiksne cene,
- bistvene omejitve zagotavljanja kapacitet posamezne storitve,
- tehnične in fizične pogoje dostopa, vključno z vmesniki in uporabljenimi standardi,
- dogovorjeno stopnjo kakovosti storitev,
- vzdrževanje v zvezi z zagotavljanjem storitev in odpravljanje napak,
- pogoje v zvezi s kompenzacijo v primeru nezagotavljanja dogovorjene stopnje kakovosti storitev.

Operater s pomembno tržno močjo mora obvestiti Agencijo in vse operaterje, ki pri njem uporabljajo katero od oblik dostopa, o vseh nameravanih spremembah in dopolnitvah vzorčne ponudbe v roku najmanj 30 dni pred uveljavitvijo. Prav tako mora najmanj 30 dni pred uveljavitvijo sprememb ali dopolnitev vzorčne ponudbe slednje objaviti na svojih spletnih straneh. Operater s pomembno tržno močjo mora na svojih spletnih straneh objaviti ključne podatke o vseh pogodbah o operaterskem dostopu do svojega omrežja, ki jih ima sklenjene z operaterji, ki uporabljajo dostop, najkasneje pet dni po podpisu, že obstoječe pa takoj, kopije pa poslati tudi Agenciji, s čimer bo doseženo, da bodo operaterji pravočasno in ustrezno obveščeni, kar preprečuje diskriminacijo.

Agencija lahko na podlagi 23. člena ZEKom naloži operaterju s pomembno tržno močjo, da zagotavlja preglednost glede operaterskega dostopa tako, da od njega zahteva razkritje določenih informacij v zvezi operaterskim dostopom, na primer računovodske informacije, tehnične specifikacije, značilnosti omrežja, pogoje izvedbe in uporabe, cene in podobno.

ZEKom v drugem odstavku 23. člena Agenciji omogoča, da od operaterja s pomembno tržno močjo, ki mu je naložena tudi obveznost enakega obravnavanja, zahteva, da objavi vzorčno ponudbo za operaterski dostop.

Agencija ugotavlja, da je treba družbi Mobitel kot OPTM skupaj z obveznostjo enakega obravnavanja naložiti tudi obveznost zagotavljanja preglednosti, saj gre pri dostopu do omrežja za tehnično zahtevno storitev. Izvajanje obveznosti enakega obravnavanja je v tem primeru mogoča le s hkratnim transparentnim prikazom vseh informacij in pogojev za dostop do omrežja. Zanimanim operaterjem, ki želijo pri Mobitelu uporabljati katero od oblik dostopa do javnega mobilnega telefonskega omrežja in posredovanje klicev iz tega omrežja, samo razkritje določenih informacij ne bi bilo dovolj, zato je treba objaviti ustrezno vzorčno ponudbo, ki vsebuje po pravni naravi splošne pogoje poslovanja, tako tehnične, kot komercialne. Ta vzorčna ponudba mora biti dovolj razčlenjena, tako da operaterjem, ki želijo dostop do javnega mobilnega telefonskega omrežja in posredovanje klicev iz tega omrežja, ni treba plačati zmogljivosti, ki niso nujno potrebne za zahtevano storitev. V tej vzorčni ponudbi morajo biti opisane storitve, ki jih operater s pomembno tržno močjo ponuja, razčlenjene na komponente v skladu s tržnimi potrebami, ter z njimi povezani pogoji, vključno s cenami.

Agencija istočasno ugotavlja, da je družbi Mobitel potrebno naložiti obveznost, da mora Agencijo in operaterje, ki pri njem uporabljajo katero od veleprodajnih oblik dostopa, obvestiti o nameravanih spremembah vzorčne ponudbe najmanj 30 dni pred spremembo skupaj z obrazložitvijo spremembe. S tem se operaterjem in Agenciji omogoči, da se pravočasno odzovejo na morebitne spremembe vzorčne ponudbe, ki bi na primer za postavljale nepotrebne dodatne pogoje ali diskriminirale določene operaterje, ki pri Mobitelu uporabljajo katero od oblik dostopa do javnega mobilnega telefonskega omrežja in posredovanje klicev iz tega omrežja.

Agencija ugotavlja, da bi v praksi lahko prišlo do tega, da bi Mobitel posameznim operaterjem pri pogajanjih ponujal različne pogoje za operaterski dostop, v primeru, da mu Agencija ne bi naložila obveznosti objave vzorčne ponudbe za dostop do omrežja, obenem pa tudi, da mora hkrati na svojih spletnih straneh objaviti vse pogodbe o dostopu do svojega omrežja, ki jih ima sklenjene z operaterji, ki uporabljajo dostop najkasneje pet dni po podpisu, že obstoječe pa takoj. Objava vzorčne ponudbe hkrati z vsemi veljavnimi obstoječimi pogodbami o dostopu je edini način, ki Agenciji in operaterjem zagotavlja zadostno preglednost nad tem, ali so operaterji obravnavani na enak način v enakih okoliščinah. Pri tem je Agencija prepričana, da gre za sorazmeren ukrep, saj prispeva k transparentnemu delovanju Mobitela, hkrati pa je ukrep nujen za dopolnitev naložene obveznosti enakega obravnavanja, ki je zares zagotovljeno šele v kombinaciji s tem ukrepom. Objava medoperaterskih pogodb družbe Mobitel ne obremenjuje ne finančno, ne kadrovske in ne more predstavljati nesorazmernega ukrepa, ampak samo primerno dopolnjuje obveznost enakega obravnavanja. Enako velja tudi za izdelavo in objavo vzorčne ponudbe. Mobitel že ima izkušnje z oblikovanjem in objavljanjem vzorčne ponudbe za medomrežno povezovanje za zaključevanje klicev, prav tako pa je izdelava enotne vzorčne ponudbe smotrna tudi za operaterja samega, saj mu je tako olajšano vsakokratno obravnavanje razumnih zahtev. Upravičeno je namreč pričakovati, da bodo povpraševalci ob transparentni objavi tehničnih in komercialnih pogojev na operaterja naslavljali razumne in popolne zahteve za dostop v večji meri, kot je to pričakovati ob odsotnosti jasnih in transparentnih pogojev. Pogajanja z njimi so tako bolj učinkovita in za obe strani pomenita tako prihranek z vidika časa, kadrovskih in posledično finančnih sredstev, prav tako pa bistveno omejuje morebitne nesporazume na strani obeh pogajalcev. Obveznost je sorazmerna, saj gre praviloma za zapis in objavo pogojev, s katerimi operater že razpolaga za lastne potrebe in za svoje odločitve o ponudbi tretjim operaterjem.

Z objavo vzorčne ponudbe se tudi preprečuje nastajanje ovir za vstop na trg ali ovir, ki bi lahko nastopile ob zahtevi po dostopu. S tem se olajša vstop na trg novim operaterjem in delovanje obstoječim ter zagotovi učinkovito konkurenco pri zagotavljanju elektronskih komunikacijskih omrežij in elektronskih komunikacijskih storitev.

Pomembno za učinkovito delovanje tega trga je, da operaterji poznajo pravila, pod katerimi se omogočajo storitve dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij, saj ni drugega načina, da se zagotovi dostop do končnih uporabnikov. Predvsem je to pomembno zaradi visokih vstopnih ovir na trg. Zaradi navedenega je treba Mobitelu na podlagi 23. člena ZEKom naložiti obveznost preglednosti, na podlagi katere mora objaviti vse pogoje (tehnične specifikacije, cene in druge pogoje), ki jih je potrebno izpolniti za dostop do njunega omrežja.

#### **8.4. Obveznost cenovnega nadzora**

Družba Mobitel kot operater s pomembno tržno močjo na upoštevem trgu »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« mora na podlagi 27. člena ZEKom uvesti ukrepe v zvezi z cenovnim nadzorom in stroškovnim računovodstvom, v okviru katerih mora upoštevati naslednja pravila:

1. Družba Mobitel mora cene dostopa do svojega javnega mobilnega telefonskega omrežja in posredovanje klicev in SMS sporočil za veleprodajno storitev nacionalnega gostovanja, za veleprodajno storitev operaterjev navideznih omrežij (MVNO) in za veleprodajno storitev operaterjev ponudnikov storitev / preprodajalcev, oblikovati tako, da ne prihaja do škarij cen med veleprodajnimi in maloprodajnimi storitvami, pri čemer se za ugotavljanje škarij cen uporablja praksa Evropskega sodišča in Sodišča prve stopnje<sup>31</sup>. Razlika med maloprodajnimi in veleprodajnimi

<sup>31</sup> glej zlasti odločbo Deutsche Telekom v. Komisija, T-271/03

cenami mora nadalje temeljiti na stroških opravljanja maloprodajnih storitev, pri čemer lahko Agencija zahteva podrobno kalkulacijo teh stroškov in na njih utemeljene razlike med maloprodajnimi in veleprodajnimi cenami. Agencija lahko v času veljavnosti regulatorne odločbe, izdane na podlagi predmetne analize, tudi na podlagi lastnih kalkulacij zahteva prilagoditev cen dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev ter SMS sporočil iz teh omrežij, za veleprodajno storitev nacionalnega gostovanja, za veleprodajno storitev operaterjev navideznih omrežij (MVNO) in za veleprodajno storitev operaterjev ponudnikov storitev / preprodajalcev, na podlagi stroškovnih kalkulacij in na podlagi metode stroškovnega računovodstva, ali na podlagi drugih metodologij, ki so neodvisne od tistih, ki jih uporablja družba Mobitel.

2. Družba Mobitel mora Agenciji za vse druge cene storitev (dostop do določenih vmesnikov in protokolov, programske opreme, vzdrževanja, skupne lokacije in podobno), ki so potrebne za dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev in SMS sporočil iz teh omrežij za veleprodajno storitev nacionalnega gostovanja, za veleprodajno storitev operaterjev navideznih omrežij (MVNO) in za veleprodajno storitev operaterjev ponudnikov storitev / preprodajalcev in posredovanje klicev iz teh omrežij, predložiti utemeljitev teh cen ter podrobno stroškovno kalkulacijo, na osnovi katere bo utemeljevala njihovo stroškovno utemeljenost. Agencija lahko v času veljavnosti regulatorne odločbe, izdane na podlagi predmetne analize, prilagodi te cene na podlagi stroškovnih kalkulacij in na podlagi metode stroškovnega računovodstva, ali na podlagi drugih metodologij, ki so neodvisne od tistih, ki jih uporablja družba Mobitel.

## Splošno

V skladu s 27. členom ZEKom, lahko Agencija operaterju s pomembno tržno močjo naloži obveznost v zvezi s pokrivanjem stroškov in kontrolo cen, vključno z obveznostmi glede sistemov stroškovnega računovodstva, v povezavi z zagotavljanjem dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanjem klicev in SMS sporočil iz teh omrežij. Agencija naloži navedeno obveznost, v kolikor oceni, da bi operater omrežja s pomembno tržno močjo zaradi pomanjkanja učinkovite konkurence utegnil obdržati ali previsoke cene ali prenizko razliko med maloprodajnimi in veleprodajnimi cenami v škodo končnih uporabnikov.

Družba Mobitel ima lahko zaradi odsotnosti učinkovite konkurence ekonomski interes za določena ravnanja, kot je potencialno postavljanje prekomernih cen, ob odsotnosti regulacije pa obstaja možnost uresničevanja tega interesa. Tako lahko družba Mobitel na eni strani za druge operaterje oblikuje ceno za dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij na visoki ravni, po drugi strani pa zato lahko ponuja ugodne cene za dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij ter ugodne cene odhodnih klicev in SMS sporočil v lastnem omrežju.

Agencija je na podlagi analize ugotovila, da na trgu »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« obstaja vpliv vertikalne integracije. Obstoj vertikalne integracije družbi Mobitel omogoča, da svojo moč iz medoperaterskega trga prenaša na maloprodajni trg, kar lahko predstavlja bistveno grožnjo škarij cen. Družba Mobitel lahko s postavljanjem visokih veleprodajnih cen onemogoča vzpostavitev konkurence na maloprodajnem trgu. Tako bi operater s pomembno tržno močjo ob odsotnosti cenovnega nadzora v zvezi s to storitvijo lahko onemogočil dostop alternativnim operaterjem in novim vstopnikom na trg na veleprodajnem trgu oziroma jih izrinil iz trga zaradi postavitve previsokih cen ali slabše kvalitete.

Agencija tako ugotavlja, da način oblikovanja razumnih cen, ki ga na podlagi veljavnih obveznosti uporablja družba Mobitel za določanje veleprodajnih cen dostopa, ne more učinkovito nadomestiti odsotnosti konkurence in posledično neprimernih cen, saj pri tem vsaj na krajši rok ni mogoče povsem izključiti možnosti obstoja škarij cen in s tem omejevanja



potencialnih konkurentov pri vstopanju na maloprodajni trg. Zaradi pomembne tržne moči družbe Mobitel, Agencija ugotavlja, da je potrebno navedene veleprodajne cene oblikovati na način, ki bo zagotavljal konkurenčnost na maloprodajnem trgu ter izpolnjevanje cilje ki jih določa ZEKom, kar pomeni pospeševanje učinkovitosti in trajnostne konkurence ter povečanje koristi potrošnikov.

Družbi Mobitel je bilo z odločbo št. 300-75/2008-23 z dne 19.10.2005 v okviru obveznosti cenovnega nadzora naloženo, da na zahtevo Agencije in v roku, določenem v zahtevi, oblikuje razumne cene in ji predloži utemeljitev razumnosti teh cen, z vidika potenciala za možnost vstopa operaterjev kot uporabnikov storitve dostopa in posredovanja klicev, ter predloži podrobno kalkulacijo takšnih razumnih cen, na osnovi katere bo utemeljevala ustrezno razliko med maloprodajnimi in veleprodajnimi cenami, v skladu z obrazložitvijo. Agencija je proučila dosedanje stanje in učinke že naložene obveznosti cenovnega nadzora iz izdane odločbe ter pri tem ugotovila, da družba Mobitel utegne omejevati razvoj konkurence s postavljanjem previsokih cen in s tem v škodo končnih uporabnikov. Kot je bilo na več mestih navedeno v analizi, je družba Mobitel tudi s postavljanjem nerazumnih komercialnih pogojev za dostop do lastnega omrežja v obliki nacionalnega gostovanja poskušala onemogočiti dostop družbama Tušmobil in T-2, pri čemer je morala v postopkih spora obakrat posredovati Agencija. Agencija glede na pretekle poskuse zlorabe prevladujočega položaja ugotavlja, da stanje konkurence na tem veleprodajnem trgu zahteva definirane ukrepe za tovrstne oblike veleprodajnega dostopa. Glede na navedeno Agencija dopolnjuje veljavne obveznosti, v smislu njihove natančnejše definicije.

### **Prepoved škarij cen (k točki 1)**

Obstoj vertikalne integracije in položaj edinega ponudnika dostopa družbi Mobitel omogoča, da s postavljanjem visokih veleprodajnih cen svojih medoperaterskih storitev onemogoči operaterjem nacionalnega gostovanja, operaterjem navideznih omrežij in ponudnikom oziroma preprodajalcem storitev, da bi na maloprodajnem trgu ponudili storitve po konkurenčnih cenah. Prav tako lahko družba Mobitel na maloprodajnem trgu postavlja take cene storitev, da z njimi ne pokrije stroškov, izgubo pa nadomesti z monopolnimi dobički iz prodaje medoperaterskih produktov. Opisana ravnanja so v ekonomski teoriji poznana kot »škarje cen« (*margin squeeze*), in predstavljajo obliko protikonkurenčnega ravnanja. S tem se namreč onemogoča poslovno priložnost za alternativne ponudnike (nezadostna razlika med maloprodajno in veleprodajno ceno namreč ne omogoča, da pokrijejo stroške, ki so nastali pri prodaji te storitve), kar jim preprečuje vstop na trg.

Agencija je proučila različne metode cenovnega nadzora in ugotovila, da je najprimernejša metoda za oblikovanje veleprodajne cene dostopa in posredovanje klicev ter cene odhodnega SMS sporočila za vse naštetih veleprodajne oblike dostopa cenovna obveznost prepovedi škarij cen.

Agencija je preverila tudi dosedanje stanje in učinke že naložene obveznosti cenovnega nadzora iz odločbe št. 300-75/2008-23 z dne 19.10.2005 in ugotovila, da je z ustreznim izvajanjem in upoštevanjem naloženih obveznosti prepovedi škarij cen mogoče preprečiti omejevanje konkurence in doseči takšne veleprodajne cene, ki predstavljajo osnovo za pripravo komercialno dovolj zanimivih paketov. Agencija je prepričana, da bi lahko ob predpostavki jasno definiranih oblik veleprodajnega dostopa in cenovnih obveznostih zanje, naložitev drugačnih, predvsem strožjih stroškovnih metodologij lahko pomenila nesorazmeren ukrep družbi Mobitel. Agencija je proučila razloge, ki so do sedaj zahtevali njeno intervencijo v primerih pogajanj o cenah veleprodajnega dostopa in ugotovila, da je bila takšna intervencija potrebna praviloma v primerih operaterjev, ki so od družbe Mobitel zahtevali dostop v obliki nacionalnega gostovanja, za katerega je družba Mobitel trdila, da ne sodi v okvir reguliranih oblik dostopa na tem upoštevnem trgu, posledično pa tudi, da veleprodajne cene za takšno storitev dostopa niso regulirane. Agencija je v pričujoči analizi nedvoumno definirala vse veleprodajne oblike dostopa na predmetnem upoštevnem trgu, pri

čemer je izključila vsakršen dvom o tem, katere veleprodajne cene so podvržene cenovnim obveznostim, kot jih nalaga operaterju s pomembno tržno močjo. Zato je Agencija prepričana, da je z naložitvijo cenovne obveznosti prepovedi škarij cen mogoče doseči oblikovanje takšnih veleprodajnih cen za vse definirane oblike veleprodajnega dostopa na tem trgu, ki bodo povpraševalcem na tem veleprodajnem trgu omogočale oblikovanje maloprodajnih cen storitev, s katerimi bodo lahko na maloprodajnem trgu konkurenčno nastopali. Pri tem se je Agencija ozirala na sorazmernost ukrepa in operaterja s pomembno tržno močjo ni želela po nepotrebem prekomerno obremeniti z ostrejšimi cenovnimi obveznostmi od prepovedi škarij cen, s katero je prepričana, da je možno doseči razvoj učinkovite konkurence na predmetnemupoštevem trgu.

Agencija posledično predlaga naložitev primerljive obveznosti cenovnega nadzora, kot doslej, to je prepoved škarij cen, pri čemer pa ugotavlja, da je na mestu bolj natančna razlaga te obveznosti. Škarje cen (*margin squeeze*) so pojav, ko je razlika med maloprodajno in veleprodajno ceno storitve ali produkta tako majhna, da povpraševalec, ki bo storitev preprodal, te razlike ne more izkoristiti, čeprav posluje učinkovito, saj tudi v slednjem primeru ne more ustvarjati primernega donosa. Povpraševalec namreč ne more postaviti konkurenčnih maloprodajnih cen, s katerimi bi pokrili stroške veleprodajne storitve, lastne stroške in stroške kapitala. Poslovanje, ki ne ustvarja dobička, bo ne samo na dolgi, ampak že na kratki rok pomenilo, da takemu operaterju ob vstopu na trg število končnih uporabnikov ne bo raslo in zato posledično na trgu ne bo mogel obstati.

Dne 16.4.2009 je Agencija s strani ponudnika storitev / preprodajalca Izimobil prejela v vednost dopis, s katerim Izimobil družbo Mobitel, pri kateri kupuje veleprodajne storitve ponovno poziva, naj obravnava njihov predlog spremembe veleprodajnih cen in nemudoma posreduje nove veleprodajne pogoje. V dopisu Izimobil navaja, da svoje ponudbe na maloprodajnem trgu glede na trenutne veleprodajne pogoje ne zmore več prilagajati trenutnim tržnim razmeram, zato družbo Mobitel poziva k urgentni prilagoditvi veleprodajnih cen na način, ki jim bo omogočal oblikovati konkurenčne maloprodajne cene. Tudi slednji primer kaže, da je ukrep, ki ga predlaga Agencija nujen, njegova sorazmernost pa utemeljena, saj lahko v nasprotnem primeru operater s pomembno tržno močjo na veleprodajnem trgu oblikuje takšne cene, ki povpraševalcem po tej veleprodajni storitvi, pri čemer velja enako tudi za veleprodajne storitve nacionalnega gostovanja in MVNO, ne omogočajo oblikovanja konkurenčnih maloprodajnih ponudb, kar ima za posledico, kot v omenjenem dopisu navaja Izimobil, odliv obstoječih uporabnikov in nezmožnost pridobivanja novih, v končni posledici pa tudi kratkoročen izriv takšnega operaterja s trga. Obveznost prepovedi škarij cen lahko tovrstna ravnanja operaterju s pomembno tržno močjo onemogoča, pri čemer pa mu po drugi strani ne nalaga nesorazmernih bremen, temveč zgolj omejuje izrabljanje pomembne tržne moči.

Za preverjanje škarij cen je treba uporabiti prakso Evropskega sodišča in Sodišča prve stopnje, stališča Evropske komisije in stališča Skupine evropskih regulatorjev (ERG).

Agencija bo po potrebi preverjala to obveznost in zahtevala od družbe Mobitel ustrezne stroškovne kalkulacije, ki dokazujejo izračun cene za primer veleprodajnega dostopa v obliki nacionalnega gostovanja, navideznih omrežij in ponudnikov storitev – preprodajalcev.

## **Dodatno (k točki 2)**

Poleg cenovnega nadzora, vzpostavljenega v točki 1, je treba upoštevati tudi storitve, ki jih utegne operater s pomembno tržno močjo ponujati hkrati s storitvami prometa in so potrebne za zagotavljanje celovite storitve dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij, pri čemer njihov strošek ne bo zajet že v strošku minut oziroma SMS sporočil. Tovrstne storitve, denimo dostop do določenih vmesnikov in protokolov, programske opreme, vzdrževanja, skupne lokacije in podobno, mora operater ponuditi po razumnih cenah, ki temeljijo na

stroških, saj bi v nasprotnem primeru lahko preprečeval učinkovit vstop konkurentov na trg z zaračunavanjem nerazumnih cen.

Cena dostopa do svojega javnega mobilnega telefonskega omrežja za veleprodajno storitev nacionalnega gostovanja, za veleprodajno storitev operaterjev navideznih omrežij in za veleprodajno storitev, ki jo uporabljajo ponudniki oziroma preprodajalci storitev, ter cene storitev, ki jih utegne operater s pomembno tržno močjo ponujati hkrati s storitvami prometa in so potrebne za zagotavljanje celovite storitve dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij, pri čemer njihov strošek ne bo zajet že v strošku minut oziroma SMS sporočil, morajo biti stroškovno utemeljene in objavljene v vzorčni ponudbi trideset (30) dni od vročitve odločbe.

Agencija bo po potrebi preverjala to obveznost in zahtevala od družbe Mobitel ustrezne stroškovne kalkulacije, ki dokazujejo izračun navedenih cen za primer veleprodajnega dostopa v obliki nacionalnega gostovanja, dostopa v obliki MVNO in ponudnikov storitev – preprodajalcev.



**Tomaž Simonič**  
Direktor