



ANALIZA UPOŠTEVNEGA TRGA 18

**Prenos radiodifuzne vsebine do končnih
uporabnikov
(medoperaterski trg)**

Kazalo

1. Uporabljeni izrazi po ZEKom in po ZMed	3
2. Pravna podlaga za analizo upoštevnega trga	4
3. Postopek analize trga.....	5
3.1. Potek zbiranja podatkov	5
3.2. Ugotovitev operaterjev v postopku analize	5
3.3. Sodelovanje APEK z Uradom za varstvo konkurence	7
4. Opredelitev upoštevnega trga	8
4.1. Zamenljivost povpraševanja	9
4.2. Zamenljivost ponudbe.....	16
4.3. Opredelitev trga glede na potrebo po ex-ante regulaciji	18
4.4. Definicija upoštevnega storitvenega trga Prenos radiodifuzne vsebine do končnih uporabnikov (medoperaterski trg)	20
4.5. Upoštevni geografski trg	21
5. Analiza upoštevnega trga o obstoju konkurence	22
5.1. Tržni delež operaterja na upoštevnom trgu in spreminjanje njegovega tržnega deleža na upoštevnom trgu v daljšem obdobju.....	22
5.2. Ovire za vstop na upoštevni trg in vpliv na potencialno konkurenco na tem trgu	23
5.3. Doseganje ekonomij obsega oziroma ekonomij povezanosti	24
5.4. Možnost dostopa do finančnih virov	24
5.5. Kontrola nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti	26
6. Zaključki analize o obstoju konkurence na upoštevnom trgu	28
7. Predlagane obveznosti operaterja s pomembno tržno močjo.....	29
7.1. Obveznost dopustitve operaterskega dostopa do določenih omrežnih zmogljivosti in njihove uporabe.....	29
7.2. Obveznost zagotavljanja enakega obravnavanja	30
7.3. Obveznost zagotavljanja preglednosti	31

1. Uporabljeni izrazi po ZEKom in po ZMed

Naročnik oziroma naročnica (v nadaljnjem besedilu: naročnik) je vsaka fizična ali pravna oseba, ki z izvajalcem javnih komunikacijskih storitev sklene pogodbo za uporabo teh storitev oziroma za njihovo zagotavljanje s strani izvajalca.

Operater je fizična ali pravna oseba, ki zagotavlja javna komunikacijska omrežja ali z njimi povezane zmogljivosti oziroma izvaja javne komunikacijske storitve.

Končni uporabnik oziroma končna uporabnica (v nadaljnjem besedilu: končni uporabnik) je uporabnik, ki ne zagotavlja javnih komunikacijskih omrežij in ne izvaja javnih komunikacijskih storitev.

Objekt kot del pripadajoče elektronske komunikacijske infrastrukture obsega stavbo ali del stavbe ali samostojne prostore v njej, kjer je nameščena elektronska komunikacijska oprema, pa tudi gradbeni inženirski objekt, ki ga sestavljajo antenski steber oziroma drog z antenskim nosilcem oziroma nosilci, namenjen za pritrjevanje anten, priključenih na pripadajočo elektronsko komunikacijsko opremo, ki je v tem objektu, in ki omogočajo prenos radiofrekvenčnih signalov, vključno s prenosom prek satelitskih omrežij.

Radiodifuzija je radiokomunikacijska storitev, ki je namenjena za oddajanje in razširjanje radijskih ali televizijskih programov z neposrednim javnim sprejemom v odprtem prostoru brez selektivnega izbiranja. Program ima pomen, kot je opredeljen v zakonu, ki ureja medije.

Programske vsebine po ZMed so informacije vseh vrst (vesti, mnenja, obvestila, sporočila ter druge informacije) in avtorska dela, ki se razširjajo prek medijev z namenom obveščanja, zadovoljevanja kulturnih, izobraževalnih in drugih potreb javnosti ter množičnega komuniciranja.

Mediji po ZMed so časopisi in revije, radijski in televizijski programi, elektronske publikacije, teletekst ter druge oblike dnevnega ali periodičnega objavljavanja uredniško oblikovanih programskih vsebin s prenosom zapisa, glasu, zvoka ali slike, na način, ki je dostopen javnosti.

Izdajatelj medija je pravna ali fizična oseba, ki izvaja dejavnost razširjanja programskih vsebin, v skladu ZMed. Izdajatelj samostojno oblikuje programsko zasnovano medija in nosi temeljno odgovornost za njeno izvajanje. Dejavnost izdajatelja lahko obsega tudi ustvarjanje oziroma produkcijo programskih vsebin.

2. Pravna podlaga za analizo upoštevnega trga

V letu 2002 je bil sprejet nov regulacijski okvir za zagotavljanje elektronskih komunikacijskih storitev in omrežij v Evropski uniji, v okviru katerega so bile sprejete naslednje direktive:

- Direktiva 2002/21/EC Evropskega parlamenta in Sveta, ki določi skupni okvir za ureditev elektronskih komunikacijskih omrežij in storitev (OJ L 108/33, 24.4.2002, v nadaljevanju Okvirna direktiva);
- Direktiva 2002/20/EC Evropskega parlamenta in Sveta, ki uskladi pravila za odobritev zagotavljanja elektronskih komunikacijskih omrežij in izvajanjem elektronskih komunikacijskih storitev (OJ L 108/21, 24.4.2002, v nadaljevanju Direktiva o odobritvi);
- Direktiva 2002/19/EC Evropskega parlamenta in Sveta, ki ureja dostop do in medomrežno povezovanje elektronskih komunikacijskih omrežij in povezanih zmogljivosti (OJ L 108/7, 24.04.2002, v nadaljevanju Direktiva o dostopu);
- Direktiva 2002/22/EC Evropskega parlamenta in Sveta, ki določi pravice uporabnikov glede elektronskih komunikacijskih omrežij in storitev (OJ L 108/51, 24.4.2002, v nadaljevanju Direktiva o univerzalnih storitvah).

Zakon o elektronskih komunikacijah (Uradni list RS, št. 43/04, 86/04; v nadaljnjem besedilu: ZEKom) je prevzel določbe novega regulativnega paketa.

Novi regulativni okvir na področju elektronskih komunikacij v EU kot tudi ZEKom predvidevata tristopenjski proces v postopku določitve operaterja s pomembno tržno močjo in naložitve obveznosti z namenom vzpostavitve konkurence na trgu in sicer:

- prvi korak vsebuje določitev upoštevne trgov na področju elektronskih komunikacij v skladu z 20. členom ZEKom. Agencija za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije (v nadaljnjem besedilu: agencija) je na podlagi tega sprejela Splošni akt o določitvi upoštevne trgov (Uradni list RS št. 77/04), ki je stopil v veljavo dne 17.7.2004,
- v drugem koraku agencija v skladu s prvim odstavkom 21. člena ZEKom v sodelovanju z Uradom za varstvo konkurence opravi v rednih časovnih intervalih analizo trga. Osnovni cilj analize trga je ugotovitev ali na posameznem trgu obstaja konkurenca oz. ali ima operater (lahko tudi dva ali več operaterjev skupaj) na posameznem upoštevne trgu pomembno tržno moč. Agencija je v okviru tega postopka po uradni dolžnosti opravila analizo upoštevne trga 18 »Prenos radiodifuzne vsebine do končnih uporabnikov (medoperaterski trg)«.
- v tretjem koraku agencija, glede na izsledke analize ne konkurenčnosti na trgu, določi operaterja s pomembno tržno močjo in mu naloži vsaj eno izmed možnih obveznosti iz 23 do 30 člena ZEKom, z namenom reševanja dejanskih ali potencialnih težav na področju konkurence.



3. Postopek analize trga

3.1. Potek zbiranja podatkov

Agencija je dne 31.1.2006 poslala vsem pravnim in fizičnim osebam, ki so vpisani v evidenci imetnikov odločb o dodelitvi radijskih frekvenc za radijske in televizijske radiodifuzne postaje ter evidenci izdajateljev radijskih in televizijskih programov, kadar dejavnost izdajatelja ni vezana na uporabo radijskih frekvenc, dopis št. 38241-1/2006/1, s katerim je ugotavljala ali sami distribuirajo svoj program in ali sami razširjajo svoj program. Za razjasnitev prejetih odgovorov je agencija dne 21.3.2006 poslala dopis št. 38241-1/2006/92. operaterjem, ki distribuirajo oz. razširjajo programske vsebine do končnih uporabnikov, ter jih dodala operaterjem, ki so po 5. členu ZEKom vpisani v uradno evidenco operaterjev za oddajanje radiodifuznih vsebin, prenos radiodifuznih vsebin po kablji. Agencija je na podlagi opravljane raziskave trga prenosa radiodifuznih vsebin do končnih uporabnikov, poslala operaterjem dne 15.5.2006 dopis št. 38241-1/2006/185 in 26.05.2006 poziv št. 38241-1/2006/213 za izpolnitev vprašalnikov in posredovanje podatkov za analizo trga 18. Zadnji rok za dostavo podatkov je bil 2.6.2006.

3.2. Ugotovitev operaterjev v postopku analize

Iz zbranih podatkov je agencija ugotovila, da je v opazovanem obdobju opravljalo prenos radiodifuzne vsebine do končnih uporabnikov 53 operaterjev. Agencija je operaterje razdelila glede na platformo razširjanja radiodifuznih vsebin do končnih uporabnikov (prizemeljsko oddajanje, razširjanje prek kabelskih in MMDS (Multichannel Microwave Distribution System) sistemov, prenos prek IP omrežij in satelitski prenos).

Po pridobljenih podatkih samo operater Javni zavod RTV Slovenija opravlja celotno storitev prizemeljskega oddajanja programskih vsebin do končnih uporabnikov za druge izdajatelje radijskih in televizijskih programov. Celotna storitev prizemeljskega oddajanja pomeni storitev radiodifuznega oddajanja na oddajni točki in ne vključuje delnih rešitev, kot so na primer dovolitev skupne uporabe zemljišča ali antenskega stolpa, pri katerih mora izdajatelj radijskih ali televizijskih programov postavljati lastno infrastrukturo za prizemeljsko radiodifuzno oddajanje.

Razširjanje radijskih in TV programov preko kabelskega omrežja omogoča 50 operaterjev razpršenih po celotnem ozemlju Republike Slovenije.

Operater	Naslov	Pošta
ANSAT Krško d.o.o.	Dolenja vas 26	8270 Krško
CATV RADLJE-VUHRED d.o.o.	Mariborska cesta 4	2360 Radlje ob Dravi
CATV SELNICA-RUŠE d.o.o.	Mariborska cesta 25	2352 Selnica ob Dravi
CATV TEZNO d.d.	Bevkova ulica 2	2000 Maribor
CETRA , d.o.o.	Blejska Dobrava 124	4273 Blejska Dobrava
ELEKTRO TURNŠEK, d.o.o., Celje	Mariborska 86	3000 Celje
ELSTIK d.o.o.	Novi dom 4	1430 Hrastnik
ELTA d.o.o.	Prešernova cesta 4a	6310 Izola



EVJ ELEKTROPROM d.o.o.	Loke 22	1412 Kisovec
GEOSS d.o.o. Ajdovščina	Cesta IV. Prekomorske 61	5270 Ajdovščina
Gorosan elektronika in komunikacijski sistemi, Roman Goropečnik s.p.	Savska cesta 40a	1230 Domžale
Inatel d.o.o.	Ribniška 31	1000 Ljubljana
INGEL d.o.o. Kobilščak	Kobilščak 7	9252 Radenci
INTEL Šetinc Branko s.p.	Ul. Stare pravde 24	8250 Brežice
KABELSKA TELEVIZIJA RADENCI	Zdraviliško naselje 6	9252 Radenci
KaTe Nova Gorica	Erjavčeva 2	5000 Nova Gorica
KATV BOVŠKE, Bovec	Trg golobarskih žrtev 8	5230 Bovec
KATV LIVADE, d.o.o.	Veluščkova 8	6310 Izola
KA-TV TOLMIN	Tumov drevored 15	5220 Tolmin
KKS Pobrežje d.d.	Cesta XIV. divizije 5	2000 Maribor
KKS PTUJ d.d.	Potrčeva cesta 34	2250 PTUJ
KKS Radeče, d.o.o.	Cesta za gradom 4 a	1433 Radeče
KKS VUZENICA d.o.o.	Sejmarska 2	2367 Vuzenica
KRS LENART d.o.o.	Nikova ulica 9	2230 Lenart v Slovenskih goricah
KRS Rotovž d.d.	Cankarjeva ulica 6A	2000 Maribor
KRS ŠTEPANJSKO NASELJE	Litijska 45	1000 Ljubljana
KRS TABOR d.d.	Kardeljeva cesta 49	2000 Maribor
KRS VELENJE, d.d., Velenje	Prešernova 8	3320 Velenje
KS Ljutomer	Prešernova ulica 8	9240 Ljutomer
KTV DRAVOGRAD d.o.o.	Meža 143	2370 Dravograd
KTV ORMOŽ	Skolibrova 17	2270 ORMOŽ
Ljubljanski kabel, z.b.o.	Tivolska cesta 50	1000 Ljubljana
M3 - NET, DOVČ in ostali, d.n.o.	Stegne 7	1000 Ljubljana
NAKLO, d.o.o. Logatec	Notranjska 14	1370 LOGATEC
P&ROM d.o.o.	Stranska cesta 2	1360 Vrhnika
SISTEM - TV d.o.o.	Obala 114	6320 Portorož
SKYLINE, d.o.o., Ljubljana	Celovška 150	1000 Ljubljana
SLUGA GORDON, s.p. Elektronika - KATV	Obala 114	6320 Portorož
S-PROM, d.o.o.	Ižanska cesta 303	1000 Ljubljana
STUDIO PROTEUS d.o.o.	Cesta v Staro vas 2	6230 Postojna
TELE TV, komunikacijski engineering, Kranj, d.o.o.	Ulica Nikole Tesle 2	4000 Kranj
TELEING d.o.o.	Razkrižje 23	9240 Ljutomer
TELEKOMUNIKACIJE Jazbinšek Janez s.p.	Cesta na Grad 41	8290 Sevnica
TELESAT, d.o.o., Jesenice	Cesta talcev 20	4270 Jesenice
TELIUS d.o.o.	Tivolska cesta 50	1000 Ljubljana
Trnovec Milan s.p.	Srednja vas 4	1355 Polhov Gradec
UPC TELEMACH d.o.o.	Cesta Ljubljanske brigade 21	1000 Ljubljana
VELCOM d.o.o.	Kidričeva 2 a	3320 Velenje
ZAVOD KABELSKE TELEVIZIJE, NHM SEVNICA	Prvomajska ulica 8	8290 Sevnica
Zavod KTV NA JAMI, Ljubljana	Vodnikova cesta 5	1000 Ljubljana

3 operaterji zagotavljajo razširjanje radijskih in TV programov preko sistema MMDS:

Operater	Naslov	Pošta
GEOSS d.o.o. Ajdovščina	Cesta IV. Prekomorske 61	5270 Ajdovščina



APEK

KaTe Nova Gorica	Erjavčeva 2	5000 Nova Gorica
Ljubljanski kabel, z.b.o.	Tivolska cesta 50	1000 Ljubljana

2 operaterja omogočata distribucijo radijskih in TV programov preko IP omrežja:

Operater	Naslov	Pošta
SiOL, d.o.o.	Cigaletova 15	1000 Ljubljana
T - 2 d.o.o.	Streliška ulica 150	2000 Maribor

2 operaterja omogočata oddajanje programskih vsebin preko satelita:

Operater	Naslov	Pošta
STN satelitske komunikacije d.o.o.	Podmilščakova 25	1000 Ljubljana
RTV Slovenija, javni zavod	Kolodvorska 2-4	1000 Ljubljana

V tržnih analizah agencija podrobneje opredeli obravnavani upoštevni trg, ugotavlja stanje na tem upoštevnom trgu, ter morebitni obstoj pomembne tržne moči določenega operaterja. V primeru, da agencija ugotovi, da iz ekonomskega vidika obstaja operater s pomembno tržno močjo, takšna analiza vključuje tudi določitev obveznosti, ki bi bile primerne, da se naloži operaterju s pomembno tržno močjo z namenom odpravljanja motenj na trgu oziroma izboljšanje razmer na trgu (vzpostavitev učinkovite konkurence).

3.3. Sodelovanje APEK z Uradom za varstvo konkurence

Agencija mora skladno s 124. členom ZEKom pri izvajanju analize upoštevne trga in pri določitvi pomembne tržne moči sodelovati z Uradom za varstvo konkurence. V zvezi s tem je agencija dne 28.7.2006 z dopisom št. 38241-1/2006/279 navedenemu uradu posredovala analizo v izjasnitev. Urad za varstvo konkurence je v dopisu št. 307-30/2004-38 z dne 4.8.2006 navedel, da se strinja z določitvijo Javnega zavoda RTV Slovenija za operaterja s pomembno tržno močjo, pri tem pa izrazil pomisleke glede obsega upoštevne trga, kamor bi po njegovem mnenju sodil tudi prenos programov preko kableskega omrežja.

Agencija je pripombe Urada za varstvo konkurence skrbno proučila. Podatki, ki so bili v zvezi z izdelavo analize pridobljeni, kažejo na to, da na področju prenosa programskih vsebin preko kableskega omrežja obstaja določena konkurenca (točka 4.3. analize). Trg, ki teži k konkurenci, pa ne izpolnjuje enega od treh kumulativnih kriterijev za ex ante regulacijo, zaradi česar v konkretnem primeru trg kableskega oddajanja tudi ni mogel biti vključen v analizo.



4. Opredelitev upoštevnega trga

Pri opredelitvi upoštevne trgov je potrebno upoštevati določila novega regulativnega okvira na področju elektronskih komunikacij v EU. Na podlagi prvega odstavka 15. člena Okvirne direktive je Evropska komisija sprejela Priporočilo z dne 11. februarja 2003 o upoštevne trgih 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, str. 45; v nadaljnjem besedilu: Priporočilo o upoštevne trgih produktov in storitev). 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 t.i. upoštevne 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 upoštevne trgov (Uradni list RS št. 77/04), ki v skladu s citiranim Priporočilom vsebuje 18 upoštevne trgov produktov in storitev na določenem geografskem področju, ki pa jih je potrebno v fazi analize še dodatno opredeliti. Upoštevni trg se določi na podlagi predhodne:

1. opredelitve trga proizvodov in storitev ter
2. 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. Tako mora agencija v postopku izdelave analize ugotavljati, ali ima kateri operater na trgu položaj, enakovreden prevladujočemu položaju, torej tak ekonomski vpliv, da se lahko obnaša neodvisno od konkurentov, odjemalcev in potrošnikov. Pri ugotovitvi pomembne tržne moči je treba opredeliti upoštevni trg in določiti ekonomsko moč operaterja.

V zvezi s prvim kriterijem (opredelitev trga proizvodov in storitev) je treba v okviru posamezne analize podrobneje opredeliti kateri produkti oz. storitve se na tem trgu nahajajo. Opredelitev upoštevne trga produktov in storitev je potrebno definirati s pomočjo dveh kriterijev:

- zamenljivost povpraševanja
- in zamenljivost ponudbe.

Ta dva kriterija omogočata, da se upoštevajo specifične nacionalne okoliščine pri oblikovanju posameznega upoštevne trga produktov in storitev.

Ne glede na navedeno pa Priporočilo o upoštevne trgih produktov in storitev določa, da grosistični trg prenosa radiodifuzne vsebine do končnih uporabnikov obsega vse storitve prenosa radiodifuznih vsebin in distribucijska omrežja v kolikor se le-ta uporabljajo za prenos radiodifuzne vsebine do končnih uporabnikov.

Grosistični trg »Prenos radiodifuznih vsebin do končnih uporabnikov« v Priporočilu o upoštevne trgih obsega različne vrste prenosnih storitev. Kot je določeno v SMP smernicah, je potrebno oceniti kateri tip prenosa je del upoštevne trga na podlagi preverjanja zamenljivosti ponudbe in povpraševanja na tem trgu.

Agencija je analizirala upoštevni trg glede na vrsto grosističnih storitev, ki so dostopne ter tehnologije po katerih se le te zagotavljajo.

4.1. Zamenljivost povpraševanja

Zamenljivost povpraševanja se ugotavlja na podlagi zamenljivosti storitve z vidika uporabnika. Zamenljivost povpraševanja omogoča, da se določi storitve ali nabor storitev, ki so v očeh potrošnika 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 potrošnikov. Kjer je mogoče, se preveri preteklo gibanje cen potencialnih konkurenčnih storitev. Če pa teh podatkov ni in če je potrebno, se poišče in preveri verjetne reakcije potrošnikov in ponudnikov na relativno povišanje cen storitev, ki so predmet analize.

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 prejemanja storitve morda ne bodo pripravljeni prevzeti kakršnihkoli dodatnih stroškov, ki so povezani z zamenjavo obravnavane storitve za substitut. Pogosto pa se tudi zgodi, da so potrošniki priklenjeni na obstoječega ponudnika z dolgoročnimi pogodbami ali z visokimi stroški zamenjave terminalske opreme. 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.

Tako je način sprejemanja signala (prizemeljska antena, kabel, satelitska antena, ipd.) pomemben element pri določanju zamenljivosti povpraševanja s strani končnega uporabnika. V nadaljevanju so prikazane vse tehnične platforme prenosa programskih vsebin do končnih uporabnikov v Sloveniji.

Končni uporabniki imajo za sprejem programskih vsebin različne možnosti: sprejem preko prizemeljskega radiodifuznega oddajanja, sprejem programov preko kabelskega omrežja in preko MMDS-a, preko interneta in preko satelita. Tako imajo izdajatelji programskih vsebin glede na ciljno skupino končnih uporabnikov možnost prenosa programskih vsebin preko različnih tehnoloških platform:

- preko prizemeljskih radiodifuznih oddajnikov,
- preko kabelskih in MMDS sistemov,
- preko satelita ali
- preko internetnega (IP) omrežja.

V Republiki Sloveniji mora izdajatelj medija pred začetkom izvajanja dejavnosti prigrasiti medij pri Ministrstvu za kulturo, zaradi vpisa v razvid medija. Po podatkih agencije je bilo na dan 31.1.2006 registriranih 107 izdajateljev medija: 75 radijskih (od tega samo 1 preko kabla) in 32 televizijskih (od tega 16 preko kabla). V naslednjih tabelah so prikazani posamezni izdajatelji medija in njihovi programi skupaj z % pokritosti prebivalstva. Za kabelski radio in televizijo znaša pokritost v povprečju 40% vseh gospodinjstev in je pretežno omejena na urbana območja poselitve.



Televizija

Izdajatelj	Program	Pokritost prebivalstva
ATV BABNIK & CO d.n.o.	ATV SIGNAL LITIJA	0,9%
EURO 3 TV d.o.o. Ljubljana	EPTV	28,0%
Kanal A d.d.	KANAL A	64,2%
TV IDEA - KANAL 10 d.o.o.	KANAL 10	1,2%
Loka TV d.o.o.	LOKA TV	2,9%
MOJ TV d.o.o.	MOJ TV	1,0%
POP TV d.o.o. Ljubljana	POP TV	77,2%
Tele 59 d.o.o.	RTS (mestni televizijski program)	7,3%
HI-FI VIDEOSTUDIO d.o.o., Studio AS	STUDIO AS-lokalni TV program	1,5%
TV GELJE d.o.o.	TELEVIZIJA GELJE	2,7%
TELEVIDEO d.o.o.	TV PIKA	13,8%
VA Video audio filmi d.o.o.	TV PRIMORKA	2,1%
Prva TV d.o.o.	PRVA TV	40,3%
TELEVIZIJA NOVO MESTO d.o.o.	Vaš kanal	8,5%
VTV Studio d.o.o.	VAŠA TELEVIZIJA	12,3%
RTV Slovenija	TELEVIZIJA SLOVENIJA 1 /SLO1/	97,5%
	TELEVIZIJA SLOVENIJA 2 /SLO2/	94,8%
	TELEVIZIJA KOPER CAPODISTRIA /TV KC/: televizijski program za italijansko narodno skupnost	
	TELEVIZIJA KOPER CAPODISTRIA /TV KC/: regionalni televizijski program	13,3%
	TELEVIZIJA MARIBOR-TELE M	2,6%

Radio

Izdajatelj	Program	Pokritost prebivalstva
RTV Slovenija	RADIO KOPER /RADIO KP/ POMURSKI MADŽARSKI RADIO - MURAVIDEK MAGYAR RADIO	13,2%
	RADIO CAPODISTRIA	5,0%
	RADIO SLOVENIJA PRVI PROGRAM - PROGRAM A1 /A1/	11,2%
	RADIO SLOVENIJA DRUGI PROGRAM - PROGRAM VAL 202 /VAL 202/	95,0%
	RADIO SLOVENIJA TRETJI PROGRAM - PROGRAM ARS /ARS/	96,1%
	RADIO MARIBOR	94,0%
	RADIO SLOVENIA INTERNATIONAL - /RADIO SI/	25,0%
RADIO KOBARID d.o.o.	ALPSKI VAL	39,3%
KOROŠKI RADIO d.o.o. Slovenj Gradec	KOROŠKI RADIO	0,4%
QUADRUM d.o.o.	INFORMATIVNI VAL	7,9%
Zavod Mariborski radio Študent-Marš	Mariborski radio Študent-Marš	5,5%
MOJ RADIO BORIS SUŠIN s.p.	MOJ RADIO	5,4%
NOTRANJSKI RADIO d.o.o., Logatec	1TR (EN-TE-ER)	4,9%
RADIO 1 d.o.o.	ENA	1,2%
ALFA KOMERCIALNI RADIO d.o.o.	RADIO ALFA	24,5%
RADIO ANTENA d.o.o., Ljubljana	RADIO ANTENA	6,8%
NOBLESSE d.o.o.	RADIO BAKLA	16,9%
RADIO BELVI d.o.o.	RADIO BELVI KRANJ	3,3%
		3,7%



BIROTEH d.o.o.	RADIO BELVI GORENJSKA	5,6%
Radio Brezje d.o.o.	RADIO BREZJE	6,9%
RADIO BREŽICE d.o.o.	RADIO BREŽICE	2,6%
RADIO CAPRIS d.o.o.	RADIO CAPRIS	2,6%
NT&RC d.o.o.	RADIO CELJE	9,7%
RADIO CENTER d.o.o.	RADIO CENTER	23,2%
RADIO CITY d.o.o.	RADIO CITY MARIBOR	9,0%
RADIODUR d.o.o.	RADIODUR	19,7%
ŠPRAH d.o.o., Škofja vas	RADIO FANTASY	7,7%
	RADIO FANTASY MARIBOR	5,8%
	RADIO FANTASY VELENJE	2,0%
R GAMA - MM d.o.o.	RADIO GAMA MM	24,5%
Mahkovec Š&D d.n.o.	RADIO GEOSS	2,0%
RADIO GLAS LJUBLJANE d.d., Ljubljana	RADIO GLAS LJUBLJANE	33,0%
RADIO GOLDI SAVINJSKI VAL d.o.o.	RADIO GOLDI – SAVINJSKI VAL	6,4%
RADIO GORENC d.o.o.	RADIO GORENC	3,8%
R Domžale d.o.o.	RADIO HIT	16,7%
RADIO 1 d.o.o.	RADIO 1	9,0%
RADIO KRANJ d.o.o.	RADIO KRANJ-GORENJSKI MEGASRČEK	6,3%
RADIO KRKA Novo mesto d.o.o.	RADIO KRKA	7,6%
PUNTAR d.o.o.	RADIO ENERGY	1,6%
LASERR d.o.o.	RADIO LASER SLOVENJ GRADEC	1,0%
SODA d.o.o.	RADIO LJUBLJANA	13,2%
Santi d.o.o.	RADIO MAX	3,4%
RECAL d.o.o.	RADIO MAXI - PRLEŠKI VAL	2,0%
RADIO 1 d.o.o.	RADIO MORJE	2,3%
PODJETJE ZA INFORMIRANJE, Murska Sobota d.d.	RADIO MURSKI VAL	15,8%
RADIO NET d.o.o.	RADIO NET FM	7,7%
NOVA NOVA d.o.o. Ajdovščina	RADIO NOVA	0,6%
ARTIST d.o.o.	RADIO ODEON	1,1%
RADIO CERKNO	RADIO ODMEV	0,9%
Radio Ognjišče d.o.o.	RADIO OGNJIŠČE	65,0%
ZAVOD ZA INFORMIRANJE ORMOŽ	RADIO PRLEK	0,8%
B. & B. BELNA d.o.o.	RADIO PLUS MARIBOR	5,9%
RADIO TEMP, Matjaž Jeršič s.p.	RADIO TEMPO	6,5%
ENIMAR d.o.o.	RADIO PORTOROŽ	3,1%
RADIO TEDNIK Ptuj d.o.o.	RADIO PTUJ	3,1%
RADIO RADLJE d.o.o.	RADIO RADLJE	0,7%
RADIO ROBIN d.o.o.	RADIO ROBIN	2,2%
RADIO GLAS LJUBLJANE d.d., Ljubljana	RADIO SALOMON	18,4%
Moškotevc Marketing d.n.o.	CELJSKI VAL	4,2%
RADIO SEVNICA d.o.o.	RADIO SEVNICA	1,3%
RADIO SLOVENSKE GORICE d.o.o.	RADIO SLOVENSKE GORICE	7,1%
Radio Sora, podjetje za informiranje d.o.o.	RADIO SORA	5,3%
SRAKA Inernational d.o.o.	RADIO SRAKA	4,2%
OPTIMEDIA d.o.o., Ljubljana	RADIO ŠPORT	17,0%
RADIO ŠTAJERSKI VAL d.o.o.	RADIO ŠTAJERSKI VAL	9,1%
ŠU & CO d.o.o.	RADIO TARTINI	2,8%
MEDIA TON d.o.o.	RADIO RADIO	0,9%
Radio Kum Trbovlje d.o.o.	RADIO KUM	19,5%
RADIO TRIGLAV JESENICE d.o.o.	RADIO TRIGLAV	6,5%

Univox d.o.o.	RADIO UNIVOX	1,0%
Radio Urban d.o.o.	RADIO URBAN	0,3%
QUADRUM d.o.o.	RADIO VAL	5,3%
Naš čas d.o.o.	RADIO VELENJE	6,7%
RADIO GLAS LJUBLJANE d.d., Ljubljana	RADIO VESELJAK	15,1%
MEDIA INFO d.o.o.	RADIO VIVA	3,0%
Interteh d.o.o.	RADIO ORION	1,6%
Alpe Adria "Zeleni val" d.o.o.	RADIO ZELENi VAL	3,4%
Radio 94 d.o.o.	RADIO 94	1,3%
NOVICE d.o.o.	RADIO ROGLA	2,7%
RADIO 1 d.o.o.	ENA 88,4	24,5%
Studio D d.d.	STUDIO D NOVO MESTO	5,2%
SNOOPY-HOLC IN DRUŽBENIKI d.n.o.	STUDIO ZOS	0,4%

Kabelska televizija

Izdajatelj	Program
AJKOM d.o.o.	TV Plus
DOMATES d.o.o. Portorož	Sponka.tv
KABELSKA PRODUKCIJA d.o.o.	i-TV
KTV ORMOŽ	KABELSKA TELEVIZIJA ORMOŽ
KULTURNO DRUŠTVO IZZIVI	TV GALEJA
NAKLO, d.o.o. Logatec	TV LEP LOGATEC
POSEIDON d.o.o.	ČARLI TV
PRIVAT d.o.o.	TV PAPRIKA
PROSPERA d.o.o.	TV Petelin
SKYLINE, d.o.o., Ljubljana	STUDIO SIGNAL
TELE - TV, komunikacijski engineering d.o.o.	GORENJSKA TELEVIZIJA - GTV
TOP RTV ALENKA CAMLEK S.P.	TOP RTV
TV STUDIO RADGONA - KANAL 11, Jože Čosič s.p.	TV STUDIO RADGONA - KANAL 11 (TV SRK - 11)
VASCOM Zavod za izobraževanje in videoprodukcijo	VASCOM Pivka
XTENSION d.o.o.	NET TV, NET XXL
VIDEO STUDIO 90 – KANAL 3, EDSIT OLGA s.p.	KANAL 3 APAČE

Kabelski radio

Izdajatelj	Program
SKUPINA KAOS d.o.o.	Radio KAOS, konvergenčni audio sistemi

V primeru, da izdajatelj medija za oddajanje potrebuje radijsko frekvenco za prizemeljsko radiodifuzijo, lahko le to pridobi na podlagi javnega razpisa. Ker pa je radiofrekvenčni spekter, ki se uporablja za radiodifuzne storitve zaradi velike zasedenosti močno omejen, obstaja malo možnosti, da je na razpolago in se razpiše določena prosta frekvenca za radiodifuzijo. Postopek javnega razpisa za dodelitev radijske frekvence vodi in opravi izbiro agencija, na podlagi obvezujočega predloga Sveta za radiodifuzijo. Na podlagi končanega postopka javnega razpisa agencija izda izbranemu izdajatelju medija odločbo o dodelitvi radijske frekvence, ki istočasno vsebuje tudi dovoljenje za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti. Odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc agencija izda za določen čas, in sicer največ za 15 let. Javni zavod RTV Slovenija ima za izvajanje javne službe po Zakonu o Radioteleviziji Slovenija (Uradni list RS, št. 96/05; v nadaljnjem besedilu: ZRTVS-1) pri podelitvi prostih frekvenc ali dostopu do drugih tehnološko omejenih virov, ki jih za izvajanje javne službe nujno potrebuje, prednost in jih pridobiva brez javnega razpisa z odločbo agencije.

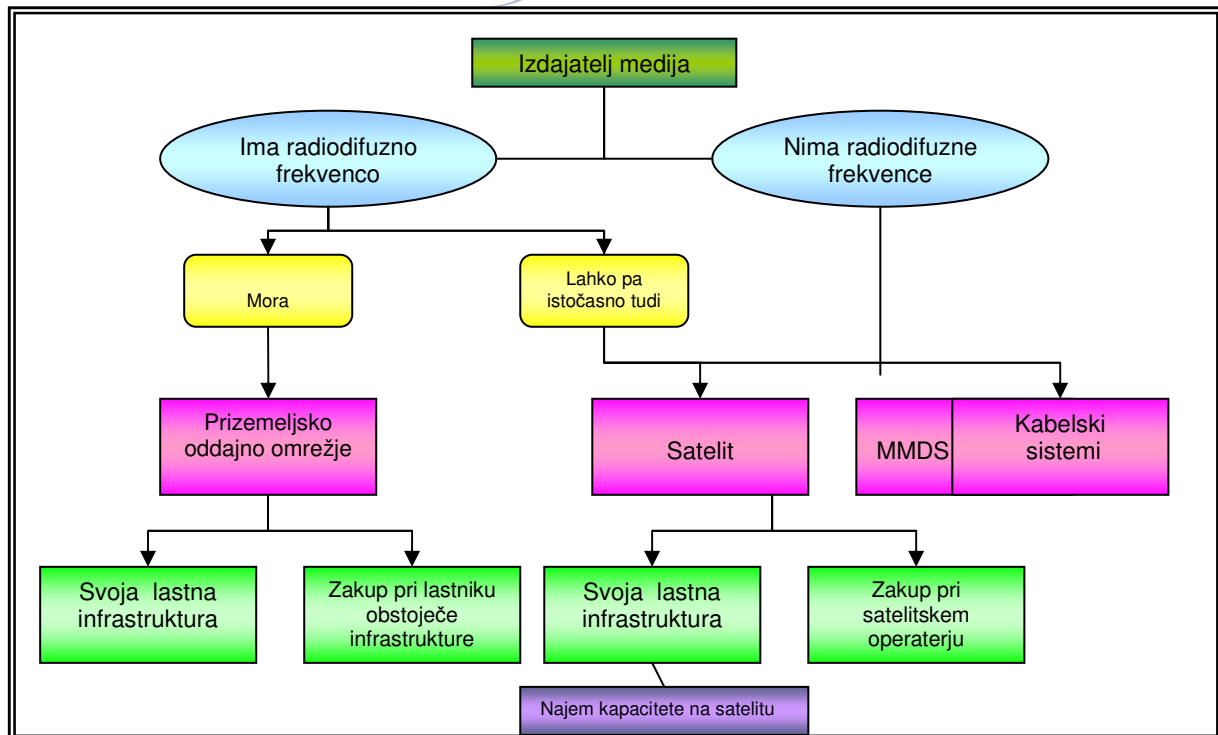
Kadar pa dejavnost izdajatelja radijskega ali televizijskega programa ni vezana na uporabo frekvenc za radiodifuzijo (npr. radijski ali TV program, ki se razširja prek

kabelskega sistema), agencija izda dovoljenje brez javnega razpisa, na podlagi odločbe o vpisu v razvid medijev.

Na podlagi vsega tega lahko potem izdajatelj medija začne izdajati programsko vsebino, katero pa lahko naprej prenaša sam, preko svojih oddajnikov (self-supply) ali pa zanj to opravlja nekdo drug.

V Sloveniji je majhno število operaterjev, ki imajo v lasti infrastrukturo, s katero je mogoč prenos programskih vsebin do končnih uporabnikov na ozemlju celotne Slovenije, in katero je moč dati v uporabo drugim izdajateljem medija na medoperaterskem trgu. Le Javni zavod RTV Slovenija ponuja celotno storitev prizemeljskega oddajanja drugim izdajateljem medija na ozemlju celotne Slovenije na medoperaterskem trgu.

V primeru, da izdajatelj medija ne postavi svojih lastnih oddajnikov, ima izdajatelj medija na območju pokrivanja, ki je določen v okviru odločbe o dodelitvi radijske frekvence sicer možnost prenosa radijske oziroma TV programske vsebine do končnih uporabnikov preko kabelskega in internetnega omrežja, MMDSa ali satelita, ter prizemeljske oddajne mreže, vendar pa mora v primeru slednje predhodno pridobiti eno ali več radijskih frekvenc za radiodifuzijo. Ker pa je radiofrekvenčni spekter, ki se uporablja za radiodifuzne storitve zaradi velike zasedenosti močno omejen, obstaja malo možnosti, da se razpiše določena prosta frekvenca za radiodifuzijo. V primeru, da izdajatelj medija kljub temu pridobi odločbo o dodelitvi radijske frekvence za radiodifuzijo, pa pridobi pravico, ki jo mora začeti uporabljati v enem letu, sicer mu le-ta propade. Izdajatelj medija lahko za oddajanje postavi svojo lastno infrastrukturo ali pa le-to zakupi pri operaterju, ki ima infrastrukturo oz. celotno storitev prizemeljskega oddajanja ponuja na medoperaterskem trgu. Kot je že bilo ugotovljeno, pa ima v tem primeru izdajatelj medija v primeru, da ne izgradi svojega lastnega oddajnega omrežja možnost, da postavi svoje naprave na obstoječe objekte (infrastrukturo) drugega operaterja, ali pa da naroči celotno storitev prizemeljskega oddajanja pri edinem ponudniku te storitve Javnemu zavodu RTV Slovenija, ker je le-ta edini operater, ki na medoperaterskem trgu ponuja celotno storitev prizemeljskega oddajanja in razpolaga z infrastrukturo z največjim številom oddajnih točk (80%). Za prenos programske vsebine preko satelita oziroma za prenos prek MMDS izdajatelj medija sicer tudi uporablja radijske frekvence, vendar pa v tem primeru ne gre za prizemeljsko radiodifuzijo. V primeru, da se izdajatelj medija odloči, da bo izdajal radio oziroma televizijo samo v kabelskem sistemu, pa sicer za svoje delovanje potrebuje le dovoljenje za izvajanje radijske ali televizijske dejavnosti. Pri prenosu radijske oziroma TV programske vsebine do končnih uporabnikov je izdajatelj medija omejen le na kabelski sistem (ali več sistemov). Vse opisano je prikazano tudi na spodnji sliki.



Na podlagi zgoraj navedenega izhaja, da na trgu 18 »Prenos radiodifuzne vsebine do končnih uporabnikov (medoperaterski trg)«, lahko končni uporabnik sprejema radijske oziroma TV programske vsebine preko različnih platform. Prevladujoči način je prenos preko analognega prizemeljskega oddajnega sistema, ki ga omogoča Javni zavod RTV Slovenija in omogoča sprejemanje 90% gospodinjstvom. V nadaljevanju s testom substitucije ugotavljamo zamenljivost prenosa programskih vsebin preko analognega prizemeljskega oddajnega sistema z drugimi tehnološkimi načini.

Na nivoju celotne Evrope se uvaja **digitalna prizemeljska televizija** (DVB-T), ki bo delovala na istih frekvenčnih področjih kot obstoječa analogna televizija. Slovenija naj bi do leta 2015 izvedla celoten prehod na digitalno zemeljsko televizijo (DVB-T), zato pa je potrebno prehodno obdobje, v katerem bo delovala tako analogna kot digitalna televizija. Zaradi prehoda analogne oddajne mreže na digitalno oddajno omrežje, ter zaradi postopnega ukinjanja analognih oddajnikov, bodo posledično končni uporabniki pri prenosu radijske oziroma TV programske vsebine preko digitalne prizemeljske oddajne mreže ostali isti kot pri analogni. V Sloveniji v času izvajanja analize trga še ni bilo digitalne prizemeljske televizije oziroma radia. Zato agencija ugotavlja, da prenos radijske oziroma TV programske vsebine preko prizemeljskih digitalnih oddajnikov ni del upoštevnega trga »Prenos radiodifuznih vsebin do končnih uporabnikov (medoperaterski trg)«. Obstaja pa možnost, da bo ob pojavu in razvoju digitalnega prenosa programskih vsebin le-ta postal del tega upoštevnega trga, kar bo agencija ustrezno upoštevala v nadaljnjih analizah.

Na trgu **kabelskega dostopa** so na območju celotne Slovenije poleg večjega števila manjših kabelskih operaterjev trije večji ponudniki kabelske infrastrukture (Trier, UPC Telemach in Ljubljanski kabel), katerih omrežja so razpršena po ozemlju cele Slovenije. Kabelsko omrežje v primerjavi s prizemeljskim oddajnim omrežjem končnim uporabnikom ne omogoča mobilnega sprejema programskih vsebin (npr.

sprejem preko radijskega sprejemnika v avtomobilu). Prav tako kabelsko omrežje ne omogoča prenosa do vseh potencialnih gospodinjstev (potencialnih poslušalcev oziroma gledalcev), ki bi sicer lahko sprejemali radijske oziroma TV programske vsebine, ki bi se prenašale oddajale z bližnje oddajne točke. Zaradi tega kabelsko omrežje izdajatelju medija ne omogoča ekvivalentnega števila potencialnih končnih uporabnikov kot prizemeljsko oddajno omrežje. Pokritost kabelskega omrežja namreč znaša v povprečju 40% vseh gospodinjstev.

Agencija je na podlagi pridobljenih podatkov preučila tudi pogodbeno razmerja (komercialne dogovore), ki jih imajo kabelski operaterji kot lastniki omrežja in izdajatelji radiodifuznih vsebin. Agencija je pri tem ugotovila, da kar 84% kabelskih operaterjev ponuja svoje omrežje izdajateljem programskih vsebin neodplačno. Poslovni odnosi, ki jih agencija opaža pri kabelskih operaterjih, očitno ne kažejo nikakršne povezave s poslovnim modelom Javnega zavoda RTV Slovenije za prenos radiodifuznih vsebin na medoperaterskem trgu. ZMed operaterjem nalaga obveznost, da omogočijo neodplačno razširjanje radijskih in televizijskih programov Javnega zavoda RTV Slovenija, ter lokalnih, regionalnih, študentskih in nepriodbitnih radijskih in televizijskih programov. Tako kabelski operaterji storitev prenosa programskih vsebin v praksi praviloma zaračunavajo le tistim izdajateljem medija, ki nimajo radijske frekvence za radiodifuzijo. Po drugi strani pa kabelski operaterji izdajateljem medija plačujejo licence za prenos njihovih programskih vsebin, saj je interes kabelskih operaterjev pridobiti čim večje število končnih uporabnikov na maloprodajnem trgu, pri čemer pa poleg cene igra pomembno vlogo tudi število programov, ki so na ogled pri določenem ponudniku kabelske televizije. Zato so kabelski operaterji prisiljeni oblikovati programsko shemo tako, da le-ta vključuje čim večje število radijskih in TV programov.

Agencija glede na navedeno ugotavlja, da prenos preko kabelskega sistema ne predstavlja substituta analognemu prizemeljskemu oddajanju, saj kabelski operaterji ne omogočajo mobilnost prenosa, pokritost s signalom je občutno manjša in obsega le približno 40% gospodinjstev.

Razširitev kabelskega omrežja predstavlja **MMDS** – Širokopasovni večkanalni radijski sistem za TV in multimedijske storitve, ki kabelskim operaterjem omogoča prenos programskih vsebin do gospodinjstev, ki zaradi oddaljenosti oziroma neugodne lokacije nimajo dostopa do klasičnega kabelskega omrežja. Prenos programskih vsebin preko MMDS je v Sloveniji šele v fazi razvoja. V času opravljanja analize so bili na trgu sicer 3 operaterji, ki ponujajo to obliko prenosa programskih vsebin, vendar pa le-ti s signalom pokrivajo le manjša lokalna območja. Na agenciji se je v času opravljanja analize pripravljala javni razpis za dodelitev radijskih frekvenc za MMDS, zaradi česar se bodo posledično na trgu pojavili novi ponudniki tovrstnega prenosa radijske oziroma TV programske vsebine. Glede na to, da MMDS še ni v celoti razvit in glede na dejstvo, da v tem trenutku to tehnologijo prenosa zagotavljajo zgolj trije operaterji na lokalnem območju (in območje RS še zdaleč ni pokrito) agencija ocenjuje, da ni substitut analognemu prizemeljskemu oddajnemu sistemu.

Prenos programske vsebine preko internetnega omrežja je v Sloveniji šele v fazi razvoja, zaradi česar še ne omogoča enako kvalitetne storitve prenosa kot je prenos preko oddajne mreže. IP televizija za nemoten prenos vsebine potrebuje določeno

hitrost prenosa, katere pa ni mogoče zagotoviti na celotnem ozemlju Slovenije. Poleg tega se z oddaljenostjo končnega naročnika od vozlišča slabša kvaliteta prenosa programskih vsebin. To pa za izdajatelja medija pomeni manjše število potencialnih končnih uporabnikov. Poleg tega internetno omrežje v primerjavi s prizemeljskim analognim oddajnim omrežjem končnim uporabnikom ne omogoča mobilnega sprejema programskih vsebin.

Prenos programske vsebine preko satelita v primerjavi s prizemeljskim oddajnim omrežjem končnim uporabnikom ne omogoča mobilnega sprejema programskih vsebin. Prenos preko satelita izdajatelju medija sicer omogoča dostop do velikega števila potencialnih končnih uporabnikov, vendar pa morajo le-ti za tovrsten sprejem imeti dodatno opremo. Zaradi dodatnih stroškov (nakup satelitske antene in sprejemnika) je zato tak sprejem programa za končne uporabnike manj zanimiv in ne more predstavljati substituta cenejšemu sprejemu preko analognega prizemeljskega sistema.

Zaradi vsega navedenega agencija zaključuje, da z vidika zamenljivosti povpraševanja prenos radijske oziroma TV programske vsebine preko internetnega in kabelskega omrežja, MMDS, prenos preko satelita, in prenos preko prizemeljske digitalne oddajne mreže ne predstavljajo substituta prenosu radijske oziroma TV programske vsebine preko prizemeljskega oddajnega omrežja.

4.2. Zamenljivost ponudbe

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

Prav tako je potrebno upoštevati obstoječe pravne oz. regulatorne in strukturne ovire, ki lahko preprečijo pravočasen vstop na upošteveni trg in posledično onemogočijo zamenljivost ponudbe.

Zamenljivost ponudbe ne služi samo za definiranje upoštevnega trga, ampak tudi za določanje udeležencev na upoštevnem trgu.

Kot je bilo že navedeno (točka 3.2.), je v Sloveniji majhno število operaterjev, ki imajo v lasti infrastrukturo, s katero je mogoč prenos programskih vsebin do končnih uporabnikov na ozemlju celotne Slovenije, in katero je moč dati v souporabo drugim izdajateljem medija na medoperaterskem trgu. Tako je zgolj Javni zavod RTV Slovenija sposoben ponuditi celotno storitev **analognega prizemeljskega oddajanja** drugim izdajateljem medija na ozemlju celotne Slovenije na medoperaterskem trgu.

Prenos programske vsebine preko digitalne prizemeljske oddajne mreže s strani ponudbe ne predstavlja substituta prenosu preko analognega prizemeljskega oddajnega omrežja, saj agencija meni, da je v Republiki Sloveniji zelo omejeno število operaterjev, ki bi lahko v hitrem času začeli ponujati omenjeno storitev na medoperaterskem trgu. Ti operaterji bi morali vložiti znatna sredstva za izgradnjo omrežja. Ti stroški občutno zvečajo ovire za vstop na trg za operaterje, ki načrtujejo izgradnjo digitalne prizemeljske oddajne mreže. Poleg tega v času izdelave analize nobenemu od ponudnikov programskih vsebin še ni bila dodeljena frekvenca za digitalni prenos vsebine.¹

Kabelski dostop in MMDS tudi z vidika ponudbe ne moreta biti substituta za prenos radijske oziroma TV programske vsebine preko oddajne mreže, ker kabelsko omrežje skupaj z MMDS ne omogoča dostopa do ekvivalentnega števila končnih uporabnikov kot analogno prizemeljsko oddajno omrežje. Za razširitev kabelskega in MMDS sistema za doseg primernih pokritosti s prizemeljskim omrežjem bi ponudnik moral investirati v izgradnjo dodatnih kapacitet, pri tem pa bi bil soočen z dodatnimi potopljenimi stroški, njegova reakcija v primeru majhnega a pomembnega dviga cen prizemeljskega prenosa pa tudi ne bi mogla biti dovolj hitra. Poleg tega pa Kabelski dostop in MMDS ne omogočata mobilnega sprejema programskih vsebin.

Prav tako tudi **prenos programske vsebine preko internet omrežja** z vidika ponudbe ne more biti substitut za prenos radijske oziroma TV programske vsebine preko oddajne mreže, saj ta oblika prenosa ne zagotavlja mobilnega sprejema, ter ne omogoča enako kvalitetnega sprejema vsem končnim uporabnikom. Zaradi tega posredno internetno omrežje ne omogoča ekvivalentnega števila potencialnih končnih uporabnikov kot analogno prizemeljsko oddajno omrežje.

Tudi z vidika ponudbe **prenos programske vsebine preko satelita** ne more biti substitut za prenos radijske oziroma TV programske vsebine preko analogne oddajne mreže. Splošno znano je, da v Sloveniji trenutno ni operaterja, ki bi imel v svoji lasti satelit (vsi lastniki satelitov so družbe, ki imajo sedež v tujini) in je že zaradi tega možnost ponujanja prenosa preko satelita manj verjetna. Zato se v primeru prenosa programske vsebine preko satelita, ponudnik mora skleniti pogodbo z operaterjem v tujini (ali s kom drugim, ki daje satelitski prostor v zakup drugim). Po drugi strani, pa zaradi majhne uporabe satelitskega sprejema programskih vsebin na strani končnih uporabnikov, ki za to potrebuje dodatno opremo, za izdajatelje, kljub temu, da pokrijejo celotno ozemlje, ni zanimiv. Po podatkih agencije namreč večina gospodinjstev sprejema signal preko kabelskega oz. analognega prizemeljskega sistema. Prav tako ta oblika prenosa ne zagotavlja mobilnega sprejema.

Agencija zaključuje, da prenos radijske oziroma TV programske vsebine prek digitalnega oddajnega omrežja, prek kabelskega omrežja in MMDS, prek satelita ter prek internetnega omrežja trenutno na strani ponudbe ne predstavljajo substituta za prenos radijske oziroma TV programske vsebine preko analognega prizemeljskega oddajnega omrežja.

¹ Za prenos preko digitalne prizemeljske oddajne mreže potrebuje izdajatelj programa ustrezno frekvenco. Ker v RS taka frekvenca še ni bila dodeljena, na trgu tudi ni nobenega subjekta, ki bi mu bilo mogoče ponuditi digitalno tehnologijo.

4.3. Opredelitev trga glede na potrebo po ex-ante regulaciji

Kot izhaja iz dosedanjih ugotovitev je v Sloveniji za prenos programskih vsebin do končnih uporabnikov mogoče identificirati več ločenih posameznih podtrgov:

- trg celotne storitve oddajanja programskih vsebin preko prizemeljskih analognih radijskih oddajnikov,
- trg celotne storitve oddajanja programskih vsebin preko prizemeljskih digitalnih radijskih oddajnikov,
- trg prenosa programskih vsebin preko kabelskega omrežja in MMDS,
- trg oddajanja programskih vsebin preko satelitskega omrežja in
- trg prenosa programskih vsebin preko internetnega (IP) omrežja.

Priporočilo o upoštevni trgih predvideva tri merila po katerih se ugotavlja, ali je določen trg primeren za ex-ante regulacijo;

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

Navedena merila je agencija uporabila pri presoji, kateri od zgoraj navedenih podtrgov je potrebno ex-ante regulirati.

Kot je razvidno iz sheme na str 14 ima izdajatelj medija, ki se odloči za oddajanje preko **analognega prizemeljskega omrežja** naslednje možnosti:

1. da oddaja preko svoje lastne infrastrukture, kar lahko stori na dva načina:
 - zgradi svoje prizemeljsko oddajno omrežje,
 - postavi svoje naprave na obstoječe objekte (infrastrukturo) drugega operaterja
2. naroči celotno storitev prizemeljskega oddajanja pri drugem operaterju.

V primeru prve možnosti bi moral izdajatelj medija vložiti znatna sredstva za izgradnjo omrežja. Ti stroški občutno zvečajo ovire za vstop na trg za operaterje, ki načrtujejo izgradnjo prizemeljske oddajne mreže. Poleg tega je izgradnja omrežja povezana s pridobitvijo gradbenega dovoljenja, z odkupom oziroma najemom zemljišča, s pridobitvijo soglasja, z napeljavo elektrike ipd.. Dolgotrajni postopki pridobitve gradbenega dovoljenja in morebitni zapleti pri odkupu oziroma najemu zemljišča ali pri pridobitvi soglasja lahko tako zavlečejo čas izgradnje omrežja, kar mu onemogoči takojšen prenos programskih vsebin do končnih uporabnikov. V primeru, da izdajatelj medija ne izgradi svoje lastne infrastrukture, ima edino možnost za začetek oddajanja preko prizemeljskega oddajnega omrežja Javnega zavoda RTV Slovenija, ker je le-ta edini operater, ki na medoperaterskem trgu ponuja celotno storitev analognega prizemeljskega oddajanja. Agencija glede navedenega zaključuje, da na trgu celotne storitve oddajanja programskih vsebin preko prizemeljskih analognih radijskih oddajnikov obstajajo visoke in stalne ovire za vstop (te se kažejo pred vsem v visokih stroških izgradnje alternativnega omrežja), da se struktura trga nagiba k neučinkoviti konkurenci (saj celotne storitve oddajanja programskih vsebin preko prizemeljskih analognih radijskih oddajnikov, ki jo ponuja

Javni zavod RTV na trgu ni mogoče dovolj hitro ponuditi). Prav tako za regulacijo trga ne zadostuje konkurenčno pravo, saj le-to ne bi pripeljalo do ustreznih rezultatov v dovolj kratkem času. Omejevanje vstopa na trg se zato lahko učinkovito prepreči le s pomočjo jasno določenih ex-ante obveznosti.

V času izdelave analize v Sloveniji še noben operater ni ponujal storitve prenosa programskih vsebin do končnih uporabnikov preko **digitalne prizemeljskega oddajnega omrežja, kakor tudi ni bilo nobenega subjekta, ki bi mu bila frekvenca že dodeljena za digitalni prenos vsebin do končnih uporabnikov.** Posledično na tem trgu ni mogoče naložiti ex-ante obveznosti. Na podlagi smernic za prehod analogne televizije na digitalno na nivoju celotne Evrope pa agencija pričakuje v prihodnosti obstoj tudi tovrstnega načina prenosa programskih vsebin, zato bo pri izdelavi naslednje analize ponovno preučila stanje na trgu prenosa radijske oziroma TV programske vsebine preko digitalnega prizemeljskega oddajnega omrežja.

V Sloveniji je 46 kabelskih operaterjev, ki nudijo **storitev prenosa programskih vsebin preko kabelskega omrežja** na posameznih lokalnih območjih. Na vsakem lokalnem območju deluje v povprečju 9 operaterjev, ki so v boju za čim večje število končnih uporabnikov prisiljeni oblikovati programsko shemo tako, da le-ta vključuje čim večje število radijskih in TV programov. To pomeni, da posamezni kabelski operater nasproti izdajateljem programov konkurira z drugimi kabelskimi operaterji, kar kaže na konkurenčno perspektivo trga., Ker se glede na Priporočilo o upoštevni trgih lahko regulira le tiste trge, kjer v doglednem času ni mogoče pričakovati učinkovite konkurence, eden od kriterijev za ex-ante regulacijo trga s tem ni izpolnjen.

Trg **prenosa programskih vsebin prek MMDS** je v Sloveniji še v fazi razvoja in za operaterje predstavlja novo perspektivo. Trenutno agencija zaradi velikega povpraševanja s strani operaterjev pripravlja razpis frekvenc za MMDS. Pri razpisu frekvenc je poudarek na lokalnem dodeljevanju le-teh in ne na nivoju celotne Slovenije. Tako bosta glede na javni razpis na vsakem območju MMDS zagotavljala najmanj dva operaterja in bo zato trg ustrezno (razpršeno) pokrit. Dalje agencija ugotavlja, da investicija za izgradnjo tovrstnega omrežja ne zahteva velikih sredstev, poleg tega pa se pri obračunavanju plačil za uporabo dodeljenih tovrstnih frekvenc v Sloveniji priznava 95% olajšava, kar vstopne stroške še dodatno zniža. Frekvenčni prostor za MMDS je sicer omejen, vendar pa se lahko s spremembo lokacije oddajnikov na nižjo nadmorsko višino pridobi dodaten frekvenčni prostor, ki se ga lahko dodeli novim vstopajočim operaterjem. Trenutno operaterji namreč sistem postavljajo tako, da imajo en oddajnik za veliko območje pokrivanja. Agencija na podlagi napisanega zaključuje, da ne obstajajo znatne ovire za vstop, s čimer eden od treh kumulativnih kriterijev ni izpolnjen. Zaradi tega dodatno ugotavljanje preostalih dveh kriterijev ni potrebno.

Storitev **prenosa programskih vsebin preko internetnega omrežja** trenutno v Sloveniji ponujata le 2 operaterja, vendar pa je omenjeni trg v fazi razvoja, zaradi česar je pričakovati številne nove vstopne operaterje na trg. Omenjena storitev se pri tovrstni obliki prenosa končnim uporabnikom ponuja v paketu skupaj s telefonijo in internetom (triple-play), zaradi česar se sicer visoki vstopni stroški na strani operaterja razporedijo na vse tri naštetih storitve. Poleg tega je vstop na ta trg

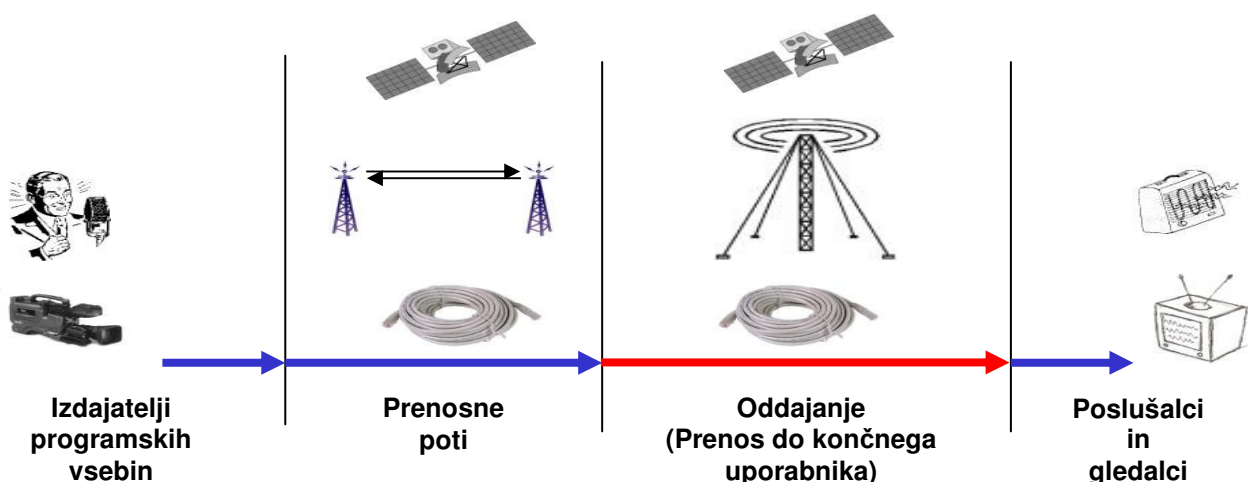
povezan tudi s stroški razvezave lokalne zanke, katere medoperaterske cene pa se regulira na trgu »Razvezan dostop do krajevne zanke in podzanke z namenom zagotavljanja širokopasovnih in govornih storitev (medoperaterski trg)«.

V Sloveniji sta v času izdelave analize 2 operaterja ponujala storitev **prenosa programskih vsebin preko satelita**. Oba operaterja imata vzpostavljeno enosmerno radijsko povezavo za prenos podatkov do satelita, ki pa je v lasti drugega operaterja. V primeru, da želi operater začeti ponujati omenjeno storitev, mora najprej skleniti pogodbo z operaterjem satelita, da si na satelitu zagotovi potrebno kapaciteto. Ko operater to stori, mora v primeru, da njegova antena (parabola) ni v skladu z določili ERC dec(00)05, na agenciji pridobiti odločbo o dodelitvi radijske frekvence. V Sloveniji trenutno ni operaterja, ki bi imel v lasti svoj satelit, ampak so vsi operaterji, ki so lastniki satelita, družbe, ki imajo sedež v tujini. Zaradi tega agencija zaključuje, da ni pristojna za ex-ante regulacijo tega trga.

Glede na vse zgoraj napisano agencija zaključuje, da za trg prenosa programskih vsebin preko kabelskega in preko digitalnega prizemlskega oddajnega omrežja, ter preko satelita in MMDS, na podlagi opravljenega testa treh kriterijev ni potrebna oz. ni mogoča ex-ante regulacija. Istočasno agencija zaključuje, da je potrebna ex-ante regulacija trga prenosa programskih vsebin preko analogne prizemlske oddajne mreže, saj so v tem primeru kumulativno izpolnjeni vsi trije kriteriji.

4.4. Definicija upoštevnega storitvenega trga Prenos radiodifuzne vsebine do končnih uporabnikov (medoperaterski trg)

Področje proučevanja je »Prenos radiodifuzne vsebine do končnih uporabnikov (medoperaterski trg)«. Upoštevni trg vključuje grosistične storitve, ko operaterji oddajnih omrežij ponujajo svoje omrežje izdajateljem medija za prenos vsebin do končnih uporabnikov.



Agencija na podlagi analize zamenljivosti povpraševanja in zamenljivosti ponudbe zaključuje, da upoštevni trg »Prenos radiodifuzne vsebine do končnih uporabnikov« na medoperaterskem nivoju vsebuje prenos programskih vsebin preko analognega

prizemeljskega oddajnega omrežja; in sicer oddajanje radijskih in televizijskih programov preko prizemeljskih analognih oddajnikov.

Agencija pri analizi upoštevnega trga ni posebej upoštevala podatkov o skupni uporabi antenskih stolpov in nepremičnin, saj so ti nujen sestavni del celovite storitve prenosa radijske oziroma televizijske programske vsebine. Skupna uporaba posameznih elementov, za katero se dogovori posamezen izdajatelj programa, pa po drugi strani ne predstavlja substituta taki celoviti storitvi in posledično ni del istega upoštevnega trga. Prav tako niso del upoštevnega trga prenosne poti do oddajnikov, saj tu ne gre za radiodifuzijo, temveč za prenos med dvema točkama, ki se lahko zagotavlja preko hrbteničnih zakupljenih vodov, ti pa so v skladu s splošnim aktom vključeni na drug upoštevni trg.

4.5. Upoštevni geografski trg

Pri določitvi upoštevnih geografskih trgov se upošteva področja, kjer podjetja ponujajo storitve in povprašujejo po storitvah v enakih pogojih konkurence, ne upoštevajo se področja, na katerih so pogoji konkurence pomembno različni.

Splošni akt določa, da je geografski trg za medoperaterski trg »Prenos radiodifuznih vsebin do končnih uporabnikov«, celotno območje Republike Slovenije. Agencija se za regionalno delitev upoštevnega trga ni odločila, saj se prevladujoče konkurenčne razmere na posameznih regionalnih območjih občutno ne razlikujejo. Poleg tega pa je bilo s substitucijo povpraševanja in ponudbe ugotovljeno, da storitve, ki jih ponujajo operaterji, ki so omejeni na lokalni nivo niso del tega upoštevnega trga.

5. Analiza upoštevnega trga o obstoju konkurence

Pri presoji, ali ima operater pomembno tržno moč, agencija v skladu s prvim odstavkom 19. člena ZEKom upošteva merila določena v četrtem odstavku istega člena. V konkretnem primeru je agencija v analizi upoštevala naslednja merila, ki so pripeljala do zaključka, da je Javni zavod RTV Slovenija operater s pomembno tržno močjo:

- tržni delež operaterja na upoštevem trgu in spreminjanje njegovega tržnega deleža na upoštevem trgu v daljšem obdobju;
- ovire za vstop na upoštevni trg in vpliv na potencialno konkurenco na tem trgu;
- doseganje ekonomij obsega oziroma ekonomij povezanosti;
- možnost dostopa do finančnih virov;
- kontrola nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti.

Ker je agencija ugotovila obstoj pomembne tržne moči na podlagi naštetih meril, ostalih meril ni bilo treba upoštevati, saj kriteriji niso kumulativne narave in v ničemer ne bi mogli spremeniti ugotovitve o pomembni tržni moči.

5.1. Tržni delež operaterja na upoštevem trgu in spreminjanje njegovega tržnega deleža na upoštevem trgu v daljšem obdobju

Visok tržni delež operaterja je pomemben pokazatelj o obstoju prevladujočega položaja na trgu. Kot izhaja iz sodne prakse Sodišča Evropske unije je že samo dejstvo, da ima podjetje tržni delež večji od 50% že samo po sebi, razen v izjemnih primerih, 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 konstanten skozi daljše časovno obdobje. Tržni delež operaterja na upoštevem trgu in spreminjanje njegovega tržnega deleža v daljšem obdobju je možno na osnovi merjenja prihodkov ali merjenja količine storitev.

V Sloveniji je ponujal celotno storitev analognega prizemeljskega oddajanja radijskih in TV programov na medoperaterskem trgu v proučevanem obdobju (od 1. polletja 2004 do konca 2. polletja 2005), le Javni zavod RTV Slovenija in ima posledično 100% tržni delež iz naslova prenosa. Tržni delež je vse preučevano obdobje ostal stabilen v višini 100%. V preučevanem obdobju so prihodki iz naslova celotne storitve analognega prizemeljskega oddajanja radijskih programov zmanjšali, medtem ko so prihodki iz naslova celotne storitve analognega prizemeljskega oddajanja TV programov nekoliko nihali.

Javni zavod RTV Slovenija oblikuje cene za prenos (oddajanje) programskih vsebin preko analogne prizemeljske oddajne mreže v odvisnosti od moči oddajnika in lokacije. Plačila se obračunavajo izdajateljem medija mesečno. V opazovanem obdobju so se cene najema prizemeljskega analognega oddajnega omrežja Javnega zavoda RTV Slovenija spremenile le enkrat; in sicer so se cene v prvi polovici leta 2005 povišale povprečno za 3% glede na cene predhodnega obdobja.

5.2. Ovire za vstop na upoštevni trg in vpliv na potencialno konkurenco na tem trgu

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 (in ne zgolj hipotetičen), pravočasen in upoštevanja vreden. Grožnja vstopa na trg se zmanjša s postavljanjem ovir za vstop.

Ovire za vstop na trg so lahko pravne oziroma regulatorne, strukturne in strateške.

Pravne oziroma regulatorne ovire so lahko posledica varovanja pravnega reda. Kot primer agencija navaja, da bo alternativni operater, ki želi vzpostaviti svoje lastno elektronsko komunikacijsko omrežje za oddajanje radijskih in TV programov preko analognih prizemeljskih oddajnikov, to storil tako, da bo zgradil objekte, naprave in položil ustrezno napeljavo. Pri tem ja soočen s tem, da mora izvesti podzemne ali nadzemne komunikacijske napeljave in postaviti objekte ter naprave, vse to pa praviloma na tuji nepremičnini. Tukaj je operater soočen s problemom pridobitve pravic oziroma služnosti na tujem zemljišču, za to pa je potreben določen čas, kar ima za posledico kasnejšo vzpostavitev elektronsko komunikacijskega omrežja za oddajanje radijskih in TV programov preko zemeljskih oddajnikov in s tem oviro za vstop na trg.

Strukturne ovire obstajajo, če pri danem povpraševanju stanje tehnologije in obstoječa struktura stroškov povzročata asimetrične pogoje med prvim vstopnikom (monopolistom) in operaterji, ki želijo vstopiti na trg ali pa so že vstopili v kasnejši fazi. Agencija ocenjuje, da bi vstop na medoperaterski trg prenosa radiodifuzne vsebine do končnih uporabnikov (kot zagotavljanje storitev sebi in tretjim osebam) zahteval znatne investicije, pretežno kot nepovratne stroške oziroma stroške, ki ne bodo povrnjeni pri izstopu iz trga. Karakteristika oddajnih omrežij so potopljene stroški, ekonomije povezanosti in gostota, kar znatno povečuje ovire za vstop novih operaterjev, ki načrtujejo krajevna oddajna omrežja. Zaradi pomembnosti gostote bo vstop na trg ekonomsko upravičen le, če bo penetracija oskrbovanega področja zadosti visoka.

Agencija ocenjuje, da je vstop na medoperaterski trg povezan z velikimi investicijami v izgradnjo oddajnega omrežja. Potrebno je zagotoviti prenos radijskih in TV programov preko analognih prizemeljskih oddajnikov do vseh potencialnih naročnikov, da se omogoči operaterju, potencialnemu ponudniku vertikalno povezanih maloprodajnih storitev, enake možnosti kot jih ima v primeru dostopa preko oddajnega omrežja Javnega zavoda RTV Slovenije.

Agencija ugotavlja, da ima izdajatelj medija v primeru, da ne izgradi svoje lastne infrastrukture, edino možnost za začetek oddajanja preko analognega prizemeljskega oddajnega omrežja Javnega zavoda RTV Slovenija, ker je le-ta ednini operater, ki na medoperaterskem trgu ponuja celotno storitev analognega prizemeljskega oddajanja.

Agencija tako zaključuje, da zgornje ugotovitve kažejo na obstoj pomembne tržne moči Javnega zavoda RTV Slovenije.

5.3. Doseganje ekonomij obsega oziroma ekonomij povezanosti

Ekonomija obsega nastopi takrat, ko povečanje proizvodnje povzroči znižanje povprečnih stroškov (na enoto proizvoda). Ekonomije obsega so značilne za proizvodne procese, ki vsebuje visoke fiksne stroške, kar je tudi značilnost komunikacijskih trgov. Ekonomije obsega predstavljajo oviro za vstop kot tudi prednost pred obstoječimi konkurenti.

Ekonomije povezanosti obstajajo, kadar so povprečni stroški za proizvod oziroma storitev nižji kot posledica tega, da se storitve zagotavlja v istem podjetju skupaj z drugimi storitvami. Ekonomije povezanosti so značilne, kjer se storitve zagotavljajo preko omrežja. Zmogljivost omrežja se lahko namreč deli med več storitev, oziroma se zmogljivost omrežja uporablja za več storitev. Ekonomije povezanosti predstavljajo tako oviro za vstop kot tudi prednost pred obstoječimi konkurenti, ki težje dosega ekonomijo povezanosti in ekonomijo obsega.

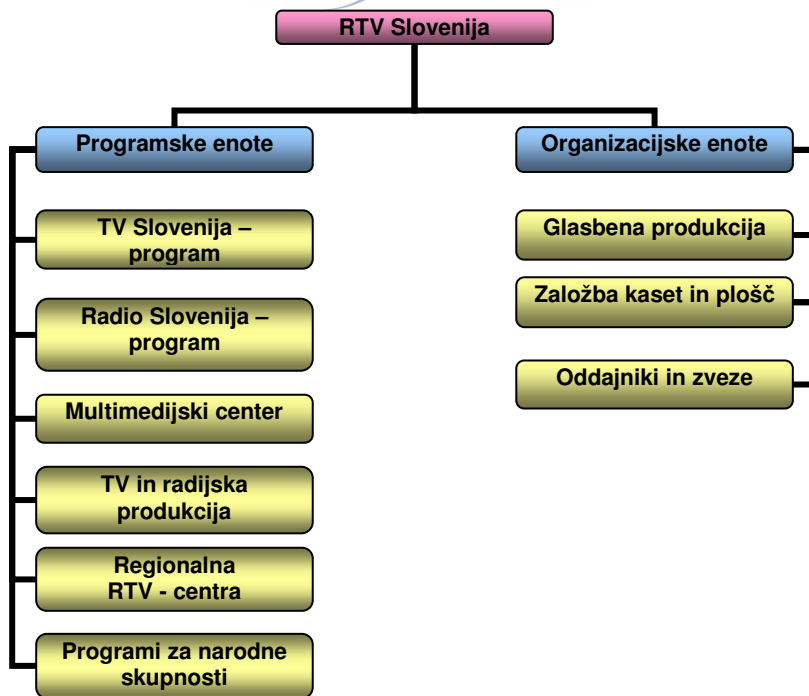
V konkretnem primeru agencija ugotavlja, da je Javni zavod RTV Slovenija operater, ki deluje na celotnem ozemlju države in ponuja paleto storitev širokemu krogu uporabnikov in s tem dosega tako ekonomijo obsega kot ekonomije povezanosti, kar predstavlja prednost pred konkurenti. Zato lahko zagotavlja storitve z bistveno nižjimi stroški kot drugi operaterji, ki bi morali še zgraditi ali nadgraditi oddajno omrežje, da bi lahko imeli zakupniki enake možnosti, kot v primeru zakupa omrežja Javnega zavoda RTV Slovenija.

Agencija ugotavlja, da omenjena indikatorja prav tako kažeta na pomembno tržno moč operaterja.

5.4. Možnost dostopa do finančnih virov

S kazalniki financiranja presojava sestavo obveznosti do virov sredstev. Struktura obveznosti do virov sredstev vpliva na finančno tveganje ter donosnost gospodarske družbe. Ti kazalci so zlasti pomembni za posojilodajalce pri oceni tveganja glede vračila povračila. Donosnost in finančno tveganje sta povezana. Podjetja s stabilnim, dobro predvidljivim poslovanjem lahko varneje uporabljajo več dolžniških virov financiranja.

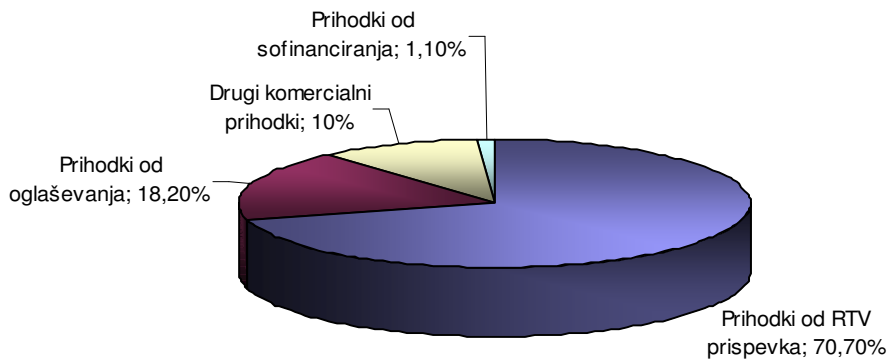
Javni zavod RTV Slovenija je organiziran kot javni zavod v okviru katerega je organizacijska enota Oddajniki in zveze, kot je razvidno iz spodnje organizacijske sheme:



Organizacijska enota Oddajniki in zveze zagotavlja in vzdržuje široko razpredeno mrežo radijskih in televizijskih oddajnikov ter pretvornikov, preko katere oskrbuje poslušalce in gledalce s programi RTV Slovenija, na mnogih lokacijah pa zagotavlja gostovanje tudi drugim radijskim in televizijskim programom.

Javni zavod RTV Slovenija nima svojih lastnih sredstev, ampak ima vsa sredstva v upravljanju. Javni zavod se financira iz več virov; in sicer iz RTV prispevka, iz oglaševanja, s sofinanciranjem in drugih komercialnih prihodkov, ter drugih virov, skladno z zakonom in statutom. Zavezanci za plačilo RTV prispevka so vsi, ki imajo radijski ali televizijski sprejemnik na območju Republike Slovenije, kjer so zagotovljeni tehnični pogoji za sprejem vsaj enega programa Javnega zavoda RTV Slovenija. To predstavlja stalen in predvidljiv, obenem pa tudi znaten vir dohodka. Ustanovitelj Javnega zavoda RTV Slovenija je Republika Slovenija, zaradi česar se le-ta lahko financira tudi iz sredstev državnega proračuna.

Sestava prihodkov Javnega zavoda RTV Slovenija v letu 2004



Vir: Letno poročilo Javnega zavoda RTV Slovenija za leto 2004

Iz podatkov v letnem poročilu Javnega zavoda RTV Slovenija za leto 2004 je razvidno, da je organizacijska enota Oddajniki in zveze v letu 2004 ustvarila 13% vseh prihodkov Javnega zavoda RTV Slovenija.

Agencija ugotavlja, da ima Javni zavod RTV Slovenija glede na sistem financiranja ugodnejši in lažji dostop do finančnih virov. Navedeno kaže na pomembno tržno moč Javnega zavoda RTV Slovenija.

5.5. Kontrola nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti

Agencija je na podlagi zbranih podatkov ugotovila, da je v Sloveniji majhno število operaterjev, ki imajo omrežje, ki omogoča storitev prenosa radijskih in TV programov preko analogne prizemeljske oddajne mreže, vendar pa ga le-ti uporabljajo izključno za svoje potrebe. Trenutno le Javni zavod RTV Slovenija razpolaga z infrastrukturo, ki zagotavlja prenos vsebin na celotnem ozemlju Slovenije in ponuja storitev prenosa na medoperaterskem trgu.

Agencija ugotavlja, da ima Javni zavod RTV Slovenija edini nadzor nad oddajnim omrežjem, ki pokriva celotno področje Republike Slovenije, kar mu daje pomembno konkurenčno prednost in možnost vplivanja na konkurenčnost okolja.

Agencija ocenjuje, da bi vstop na ta trg zahteval znatne investicije, pretežno kot potopljene stroške oziroma stroške, ki ne bodo povrnjeni pri morebitnem izstopu iz trga. Ti potopljene stroški, skupaj z ekonomijami povezanosti znatno povečuje ovire za vstop za operaterje, ki načrtujejo nova oddajna omrežja. Zaradi tega bo vstop na trg ekonomsko upravičen le, če bo penetracija oskrbovanega področja zadosti visoka.

Poleg tega je agencija ugotovila, da ima izdajatelj medija v primeru, da ne izgradi svoje lastne infrastrukture, edino možnost za začetek oddajanja preko analognega prizemeljskega oddajnega omrežja Javnega zavoda RTV Slovenija, ker je le-ta edini operater, ki na medoperaterskem trgu ponuja celotno storitev analognega prizemeljskega oddajanja.

V skladu z navedenim agencija meni, da je do izvedbe naslednje ekonomske analize malo možnosti za nov vstop in zagotavljanje storitve na upoštevnom trgu, v obsegu ki bi bistveno spremenil položaj na trgu ali posegel v položaj Javnega zavoda RTV Slovenija na upoštevnom trgu »Prenos radiodifuzne vsebine do končnih uporabnikov (medoperaterski trg)«. Iz navedenega sledi, da tudi ta kriterij kaže na pomembno tržno moč Javnega zavoda RTV Slovenija.

6. Zaključki analize o obstoju konkurence na upoštevnom trgu

Agencija je na podlagi določb ZEKom in Splošnega akta o določitvi upoštevnih trgov, ter na zbranih podatkih, izvedla tržno analizo upoštevne trga »Prenos radiodifuzne vsebine do končnih uporabnikov (medoperaterski trg)«. Iz opravljene analize na podlagi zgoraj navedenih meril izhaja, da ima Javni zavod RTV Slovenija pomembno tržno moč na omenjenem upoštevnom trgu, zaradi česar agencija ugotavlja, da na trgu ni učinkovite konkurence. Na to kažejo različni indikatorji analiziranih meril. Pomemben pokazatelj o obstoju pomembne tržne moči je visok tržni delež, ki pri Javnem zavodu RTV Slovenija na upoštevnom trgu znaša 100%. Poleg tega na pomembno tržno moč Javnega zavoda RTV Slovenija kažejo tudi drugi obravnavani kazalniki kot so pravne in strukturne ovire, ekonomija obsega oziroma ekonomija povezanosti, ter kontrola nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti. Omenjeni dejavniki alternativnim operaterjem otežujejo vstop na upoštevni trg. Iz analize obravnavanih kazalnikov izhaja, da je Javni zavod RTV ednini, ki ponuja celotno storitev prenosa končnih vsebin preko analognega prizemeljskega sistema in ima kritično maso uporabnikov, ki mu zmanjšujejo fiksne stroške prenosa. Prav tako ima ugodno finančno strukturo, saj so njegovi finančni viri stalni in predvidljivi, kar mu omogoča stalen pretok sredstev za poslovanje in načrtovanje investicij.

Agencija je v skladu z 19. členom zakona Javni zavod RTV Slovenija na upoštevnom trgu »Prenos radiodifuzne vsebine do končnih uporabnikov (medoperaterski trg)« določila kot operaterja s pomembno tržno močjo, saj ima položaj, enakovreden prevladujočemu položaju, torej tak ekonomski vpliv, da mu omogoča znatno mero samostojnosti nasproti konkurentom, uporabnikom in potrošnikom.

7. Predlagane obveznosti operaterja s pomembno tržno močjo

ZEKom določa, da mora agencija, kadar na podlagi analize upoštevnega trga ugotovi, da ta trg ni dovolj konkurenčen, z odločbo določiti operaterja s pomembno tržno močjo na tem trgu in mu v skladu z drugim odstavkom 22. člena ZEKom naložiti vsaj eno izmed obveznosti iz 23. do 30. člena ZEKom. Izhodišče za ugotovitev primernih obveznosti za regulacijo trga so motnje konkurence, ki so že prisotne na trgu kot tudi potencialne motnje, ki lahko nastopijo v prihodnosti.

Na podlagi rezultatov opravljene tržne analize agencija ocenjuje, da bi bilo v smislu zagotovitve večje konkurenčnosti na trgu Javnemu zavodu RTV Slovenija potrebno naložiti naslednje obveznosti:

- obveznost dopustitve operaterskega dostopa do določenih omrežnih zmogljivosti in njihove uporabe;
- obveznost zagotavljanja enakega obravnavanja;
- obveznost zagotavljanja preglednosti.

7.1. Obveznost dopustitve operaterskega dostopa do določenih omrežnih zmogljivosti in njihove uporabe

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 do 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.

Javnemu zavodu RTV Slovenija njegov 100% tržni delež na danem trgu omogoča, da sprejme odločitve povsem neodvisno od ravnanj ostalih udeležencev na trgu. Javni zavod RTV Slovenija je v položaju, da prepreči oz. omeji operaterski dostop. To lahko stori tudi s postavitvijo pogojev, ki niso cenovne narave kot npr. zavlačevanje postopka operaterskega dostopa, postavljanje nekonkurenčnih pogojev in podobno.

Iz navedenih razlogov agencija meni, da je javnemu zavodu RTV Slovenija potrebno naložiti obveznost, da omogoči operaterski dostop do določenih omrežnih elementov oziroma naprav, ki so potrebni za celotno storitev analognega prizemeljskega oddajanja, in s tem omogoči izdajateljem medijev razširjanje njihovega programa.

Javni zavod RTV Slovenija je dolžan zagotoviti dostop do celotne storitve analognega prizemeljskega oddajanja.

Javni zavod RTV Slovenija se mora v dobri veri pogajati z vsemi operaterji, ki želijo dostop do objektov, antenskih stolpov ali druge infrastrukture, ki so potrebni za celotno storitev analognega prizemeljskega oddajanja njihovega programa. Agencija

meni, da je ta obveznost potrebno in učinkovito sredstvo, ki vzpodbuja skupno uporabo obstoječih objektov komunikacijskega omrežja.

Poleg tega Javni zavod RTV Slovenija ne sme zavrniti že odobrenega operatorskega dostopa do zmogljivosti. Agencija meni, da je ta obveznost nujna, ker bi zavrnitev že odobrenega dostopa dejansko pomenila onemogočanje operatorskega dostopa. To pa bi pomenilo, da mora izdajatelj medija poiskati alternativno pot do končnih uporabnikov.

Javnemu zavodu RTV Slovenija je potrebno naložiti tudi obveznost, da zagotovi storitve, ki so potrebne za vzajemno delovanje storitev med izdajateljem medija do končnih uporabnikov, ter obveznost, da zagotovi operatorski dostop do sistemov za podporo obratovanju ali podobnih sistemov programske opreme, ki so potrebni za zagotovitev pravične konkurence pri izvajanju storitev.

Agencija je ugotovila, da je naložena obveznost sorazmerna glede na koristi pri vzpostavljanju učinkovite konkurence na trgu. Operatorski dostop izdajateljem medijev omogoča, da na območju Slovenije dostopajo do končnih uporabnikov. Agencija ocenjuje, da je izredno pomembno, da ima operater možnost skupne uporabe obstoječih objektov, ki so potrebni za celotno storitev analognega prizemeljskega oddajanja, kar omogoča racionalno rabo prostora in omogoča lažji in hitrejši dostop izdajateljev medijev do končnih uporabnikov. Prav tako je obveznost potrebna in sorazmerna z vidika dolgoročnega varstva konkurence. Le z naložitvijo obveznosti se bo lahko vzpostavila učinkovita konkurenca na trgih elektronsko komunikacijskih storitev.

7.2. Obveznost zagotavljanja enakega obravnavanja

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

Z naložitvijo obveznosti se zlasti zagotovi, da operater s pomembno tržno močjo uporablja enakovredne pogoje operatorskega dostopa v enakovrednih okoliščinah za druge operaterje, ki zagotavljajo enakovredne storitve, ter zagotavlja drugim operaterjem enako kakovostne storitve in informacije v zvezi z operatorskim dostopom pod enakimi pogoji kot za svoje storitve ali storitve svojih hčerinskih podjetij ali partnerskih podjetij.

Sama naložitev obveznosti dopustitve operatorskega dostopa ni dovolj, ker lahko Javni zavod RTV Slovenija svojo pomembno tržno moč uveljavlja na druge načine. Javni zavod RTV Slovenija ima ekonomski interes za določena ravnanja kot so: cenovna diskriminacija, zagotovitev produktov v slabši kvaliteti, preprečitev dostopa do določenih nujnih informacij v zvezi z operatorskim dostopom, zakasnitev pri zagotavljanju informacij, določitev neprimernih pogodbenih pogojev oz. zvezanost storitev. Vse to so ovire za vstop na trg. Informacije in storitve, ki jih Javni zavod RTV Slovenija zagotavlja izdajateljem medijev, morajo biti podane v enakem času in biti enake kakovosti, kot jih Javni zavod RTV Slovenija zagotavlja zase.

Zaradi navedenega agencija Javnemu zavodu RTV Slovenija nalaga obveznost enakega obravnavanja, v okviru katere mora zagotoviti enake pogoje v enakovrednih okoliščinah za vse izdajatelje medijev in jim mora nuditi storitve in informacije v zvezi z operaterskim dostopom pod enakimi pogoji in enake kvalitete kot za svoje storitve.

Obveznost, ki jo agencija nalaga, je sorazmerna, saj omogoča in pospešuje vstop izdajateljev medijev na trg komunikacijskih storitev, za Javni zavod RTV Slovenije pa ne predstavlja dodatnih obremenitev. Izdajatelji medijev bodo le tako lahko prepričani, da bodo deležni enakega obravnavanja, pridobivali enake informacije kot njihovi konkurenti ali Javni zavod RTV Slovenija. Interes končnih uporabnikov je, da na trgu deluje več izdajateljev medijev in da ponujajo čim širšo paleto programov.

7.3. Obveznost zagotavljanja preglednosti

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.

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 ocenjuje, da je potrebno Javnemu zavodu RTV Slovenija skupaj z obveznostjo enakega obravnavanja naložiti tudi obveznost zagotavljanja preglednosti, saj gre pri dostopu do oddajnega omrežja za tehnično zahtevno storitev. Izvajanje obveznosti enakega obravnavanja je v tem primeru mogoče le s hkratnim transparentnim prikazom vseh informacij in pogojev za dostop do oddajnega omrežja. Izdajateljem medijev samo razkritje določenih informacij ne bi bilo dovolj, zato je potrebno objaviti ustrezno vzorčno ponudbo, ki vsebuje po pravni naravi splošne pogoje poslovanja. Ta vzorčna ponudba mora biti dovolj razčlenjena, tako da izdajateljem medijev, ki želijo določeno storitev v zvezi z oddajanjem programskih vsebin 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. Vzorčna ponudba mora vsebovati:

- podatke in pogoje za dostop do objektov, ki so potrebni za celotno storitev analognega prizemeljskega oddajanja
- dostop do informacij v zvezi dostopom do objektov ter prenosnih zmogljivosti, ki so potrebni za celotno storitev analognega prizemeljskega oddajanja,
- splošne pogoje za dostop do objektov, ter prenosnih zmogljivosti, ki so potrebni za celotno storitev analognega prizemeljskega oddajanja,

- razčlenjene cene za dostop do objektov, ter prenosnih zmogljivosti, ki so potrebni za celotno storitev analognega prizemeljskega oddajanja tako da izdajateljem programa, ki želijo določeno storitev v zvezi z prenosom programskih vsebin do končnih uporabnikov, ni treba plačati zmogljivosti, ki niso nujno potrebne za zahtevano storitev.

Agencija istočasno meni, da je Javnemu zavodu RTV Slovenija potrebno naložiti obveznost, da mora agencijo obvestiti o nameravanih spremembah vzorčne ponudbe najkasneje mesec dni pred spremembo skupaj z obrazložitvijo spremembe.

Agencija ocenjuje, da bi v praksi lahko prišlo do tega, da bi Javni zavod RTV Slovenija posameznim izdajateljem medijev pri pogajanjih ponujala različne pogoje za operaterski dostop, v primeru, da agencija Javnemu zavodu RTV Slovenija ne bi naložila obveznost objave vzorčne ponudbe za dostop do oddajnega omrežja. Objava vzorčne ponudbe je sorazmeren ukrep, saj prispeva k transparentnemu delovanju Javnega zavoda RTV Slovenija, hkrati pa dopolnjuje naloženo obveznost enakega obravnavanja.

Z objavo vzorčne ponudbe se preprečuje nastajanje ovir za vstop na trg. S tem se olajša vstop na trg novim izdajateljem medijev in zagotovi učinkovito konkurenco pri zagotavljanju elektronskih komunikacijskih omrežij, elektronskih komunikacijskih storitev in povezanih zmogljivosti ter storitev.