



APEK

Agencija za pošto in elektronske
komunikacije Republike Slovenije

38241-1/2012-18

ANALIZA UPOŠTEVNEGA TRGA

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

PREIZKUS TREH MERIL

z mnenjem Urada Republike Slovenije za varstvo konkurence

Ljubljana, junij 2012

Kazalo

1. Uporabljeni izrazi v analizi	4
2. Pravna podlaga za analizo upoštevne trga	6
3. Postopek analize trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«	9
3.1. Pregled ponudnikov javno dostopnih mobilnih telefonskih storitev	9
3.2. Vprašalniki za upoštevni trg, merjeno obdobje in časovni okvir predmetne analize	11
3.3. Sodelovanje z Uradom Republike Slovenije za varstvo konkurence	12
4. Dosedanji razvoj mobilnega trga v Sloveniji	14
4.1. Število operaterjev	14
4.2. Razvoj delovanja operaterjev mobilne telefonije	15
4.3. Pretekli vpliv Agencije na medoperaterskem trgu za dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij	16
5. Opredelitev upoštevne trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«	18
5.1. Opredelitev trga proizvodov in storitev	18
5.2. Definiranje upoštevne trga na podlagi zamenljivosti ponudbe in povpraševanja	19
5.2.1. Dostop do mobilnega omrežja in posredovanje klicev iz tega omrežja	20
5.2.2. Tehnologije javnih mobilnih telefonskih omrežij	25
5.2.3. Omrežja na fiksni lokaciji in mobilna omrežja	26
5.2.4. Storitve SMS	27
5.2.5. Druge podatkovne storitve na mobilnih omrežjih	28
5.2.6. Poslovni in rezidenčni uporabniki	29
5.2.7. Naročniški in predplačniški uporabniki	29
5.2.8. Mednarodno gostovanje	30
5.2.9. Oblike dostopa na veleprodajnem trgu	30
5.3. Opredelitev geografskega trga	33
5.4. Sklep o opredelitvi upoštevne trga	34
6. Preizkus treh meril	35
6.1. Prvo merilo: prisotnost visokih in stalnih ovir za vstop na trg	36
6.1.1. Strukturne ovire	36
6.1.1.1. Nadzor nad infrastrukturo, ki se ne da zlahka podvojiti	37
6.1.1.2. Potopljeni stroški	44
6.1.1.3. Ekonomije obsega in ekonomije povezanosti	46
6.1.1.4. Tehnološke prednosti ali superiornost	48
6.1.1.5. Stopnja vertikalne integracije	48
6.1.1.6. Ovire za širitev	50
6.1.1.7. Raznolikost storitev in produktov	50
6.1.2. Pravne oziroma regulatorne ovire	51
6.2. Drugo merilo: struktura trga, ki se ne nagiba k učinkoviti konkurenci v ustreznem časovnem okviru	54
6.2.1. Tržni deleži	55
6.2.2. Cenovni trendi in cenovna politika	69
6.2.3. Potencialna konkurenca	70
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 ..	75

6.3.1. Stopnja nekonkurenčnega obnašanja in težavnost njegovega odpravljanja	76
6.3.2. Nekonkurenčno obnašanje povzroča nepopravljivo škodo na povezanih trgih	77
6.3.3. Potreba po predhodni regulaciji za zagotovitev učinkovite konkurence na dolgi rok	78
7. Zaključek preizkusa treh meril o primernosti predhodne (<i>ex-ante</i>) regulacije upoštevnega trga.....	81

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 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.

HSPA+ – (*High-Speed Packet Access Plus*) je protokol 3G, je trenutno zadnja stopnja razvoja omrežij UMTS, in omogoča trenutno najvišje prenosne hitrosti.

LTE – (*Long Term Evolution*) je standard četrte generacije (4G) in predstavlja v praksi podatkovne hitrosti 100 Mbit/s, izjemno kratke odzivne čase, polno IP omrežje z vgrajeno podporo za IPv6 ter v prihodnje dvig hitrosti celo na 1 Gb/s in več.

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 uporabo omrežja drugega operaterja mobilne telefonije, kar mu omogoča boljšo pokritost prebivalstva in ozemlja in s tem hitrejši 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, 102/07-ZDRad in 110/09-ZEKom-B).

Ostali termini imajo praviloma enak pomen kot v ZEKom, če iz besedila analize ne izhaja drugače, 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.

Novembra 2009 sta Evropski parlament in Svet sprejela reformo regulatornega okvirja za elektronske komunikacije iz leta 2002. Nov regulatorni paket je sestavljen iz dveh direktiv in ene uredbe:

- Direktiva 2009/140/EC Evropskega parlamenta in Sveta ("*Better Regulation Directive*" – Direktiva o boljši regulaciji), ki dopolnjuje direktive 2002/21/EC, 2002/19/EC in 2002/20/EC
- Direktiva 2009/136/EC ("*Citizens' Rights Directive*" – Direktiva o pravicah državljanov), ki dopolnjuje direktivo 2002/22/EC in
- Uredba 2009/1211, ki ustanavlja "Body of European Regulators for Electronic Communications" (BEREC)

Nov regulatorni paket znatno spreminja direktive iz leta 2002 in vzpostavlja BEREC oz. *Board of European Regulators for Electronic Communications*, kot telo evropskih regulatorjev elektronskih komunikacij, ki zagotavlja primeren mehanizem za spodbujanje sodelovanja in usklajevanja med nacionalnimi regulatornimi organi in Evropsko komisijo, z namenom spodbujanja razvoja notranjega trga za elektronska komunikacijska omrežja in storitve.

Citirane direktive so bile v slovenski pravni red implementirane z Zakonom o elektronskih komunikacijah (Uradni list RS, št. 13/07-UPB1, 102/07-ZDRad in 110/09-ZEKom-B; v nadaljnjem besedilu 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 upoštevem 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 krepitev konkurence na trgu:

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

Pri določitvi upoštevni trgov je treba upoštevati določila regulatornega 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 upoštevni 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)*, v nadaljnjem besedilu Priporočilo Komisije iz leta 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 predhodnega urejanja, oziroma tako imenovane *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 (Uradni list 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 regulatornem 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 s Priporočilom Komisije izločeni, pa Splošni akt v 4. členu določa, da je Agencija dolžna na podlagi testa treh kriterijev¹ preveriti stanje konkurence ter po izvedeni analizi ugotoviti, ali so ti trgi še lahko predmet predhodnega (*ex ante*) urejanja.

V kolikor preizkus treh meril, ki so kumulativne narave, pokaže, da vsaj eno izmed meril ni izpolnjeno, mora Agencija ugotoviti, da predmetni upoštevni trg ni primeren za predhodno urejanje, kar posledično pomeni, da za tak trg v nadaljevanju ne opravlja ocene pomembne tržne moči, saj zanjo nima podlage.

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 (tako imenovani 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 oceno treh meril, 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 Za izraz "test treh kriterijev" (*Three-Criteria Test*) je v analizi uporabljena tudi besedna zveza "preizkus treh meril", ki ima isti pomen.

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.

Kot že navedeno že zgoraj, je treba zgornja merila uporabljati kumulativno, tako da ugotovitev, da ni izpolnjeno vsaj eno izmed zgoraj navedenih meril nujno pomeni, da trg ne more biti predmet predhodnega urejanja. Če torej preizkus treh meril pokaže, da navedena tri merila niso kumulativno izpolnjena, Agencija nima podlage za predhodno urejanje (*ex ante* regulacijo) predmetnega trga. Na drugi strani pa potrditev, da so izpolnjena vsa tri navedena merila pa pomeni, da je zadevni trg lahko predmet predhodnega urejanja in se zanj v nadaljevanju opravi tudi ocena pomembne tržne moči (samostojne ali skupne) akterjev, ki na predmetnem trgu delujejo.

II. V drugem koraku Agencija v sodelovanju z Uradom za varstvo konkurence (v nadaljevanju UVK) opravi analizo upoštevnega trga, v okviru katere se ugotavlja ali na trgu obstaja konkurenca.

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

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 1.4.2012 (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 javnih mobilnih telefonskih omrežjih in za katere je Agencija ugotovila, da so te storitve tudi dejansko opravljali:

- **družba Telekom Slovenije, d.d.** (dne 1.7.2011 se je do takrat ločena hčerinska družba Mobitel telekomunikacijske storitve, d.d. (v nadaljevanju Mobitel) pripojila k matični družbi Telekom Slovenije d.d.²), (v nadaljevanju Telekom Slovenije), z lastnim javnim mobilnim telefonskim omrežjem, ki je vpisana v uradno evidenco Agencije pod številko 330-47/2004;

- **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 takratnem omrežju družbe 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 mobilnega omrežja Telekom Slovenije. 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 mobilnega omrežja Telekom Slovenije. 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 deloma tudi storitev nacionalnega sledenja v mobilnem omrežju Telekom Slovenije. 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

² Sodni register je dne 1.7.2011 vpisal pripojitev družbe Mobitel, telekomunikacijske storitve, d.d., k družbi Telekom Slovenije, d.d. Na družbo Telekom Slovenije, d.d., je bilo s tem s pogodbo o pripojitvi preneseno celotno premoženje in obveznosti družbe Mobitel, telekomunikacijske storitve, d.d.

Telekom Slovenije, d.d., je kot univerzalni pravni naslednik vstopil v vsa pravna razmerja, katerih subjekt je bila družba Mobitel, telekomunikacijske storitve, d.d.

Družba Telekom Slovenije, d.d. storitve mobilnih komunikacij še vedno trži pod blagovno znamko Mobitel.

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 mobilnem omrežju Si.mobil, pred tem pa je uporabljal storitev nacionalnega sledenja v mobilnem omrežju Telekom Slovenije. T-2 je vpisan v uradno evidenco Agencije pod številko 330-147/2004.

Ob koncu merjenega obdobja so bili v register Agencije za opravljanje govornih storitev in prenos podatkov v javnih mobilnih telefonskih omrežjih vpisani tudi naslednji operaterji:

- AMIS, d.o.o.;
- AT & T d.o.o.;
- COMPATEL Ltd;
- NOVATEL d.o.o.;
- SŽ - Infrastruktura, d.o.o.;
- TELEING d.o.o.;
- TELEMACH d.o.o. in
- TIWS II, podružnica v Sloveniji.

Amis, d.o.o. (v nadaljevanju Amis) in Si.mobil sta v začetku februarja 2012 skupaj oblikovali in predstavili maloprodajni paket storitev mobilne telefonije in mobilnih telefonov, namenjen izključno za naročnike fiksnih telefonskih in širokopasovnih telekomunikacijskih storitev Amis in povezane uporabnike. Ponudba, poimenovana »AmisMobil«, je sestavljena iz paketov in storitev, ki jih ponuja Si.mobil ter dodatnih ugodnosti s strani Amisa, namenjenih končnim uporabnikom storitev Amis. Tako oblikovane maloprodajne ponudbe niso ekvivalent obliki dostopa ponudnikov storitev ali operaterjev navideznih mobilnih omrežij, niti ne predstavlja oblike dostopa nacionalnega gostovanja, temveč gre za oblikovanje skupnih maloprodajnih paketov dveh samostojnih družb, kot jo je operater Si.mobil v preteklosti oblikoval že z drugimi subjekti (denimo trgovsko družbo Mercator d.d. – ponudba M mobil, ali oblikovanje lastne blagovne znamke Bob). To odločitev Agencije dodatno potrjuje tudi dejstvo, da Amis za opravljene mobilne storitve sam ne poroča Agenciji podatkov v njenih četrletnih in letnih poročilih, temveč promet, ki ga ustvari v sklopu omenjenih maloprodajnih minut (AmisMobil, M mobil, bob), poroča kot lasten promet. Agencija zato Amisa v pričujočem dokumentu ne obravnava samostojno, temveč ponudbo paketa AmisMobil, enako kot ponudbe M mobil in Bob, šteje med storitve operaterja Si.mobil.

Drugi naštetih operaterji: AT & T d.o.o., COMPATEL Ltd, NOVATEL d.o.o., SŽ - Infrastruktura, d.o.o., TELEING d.o.o., TELEMACH d.o.o. (v nadaljevanju Telemach) in TIWS II, podružnica v Sloveniji so bili v obravnavanem obdobju zgolj vpisani v register Agencije za opravljanje govornih storitev in prenosa podatkov v javnih mobilnih telefonskih omrežjih, dejansko pa teh storitev v merjenem obdobju analize niso opravljali ali jih tržili³.

Agencija tako v obravnavanem obdobju, skladno z njihovim delovanjem na trgu, kot operaterje javnih mobilnih telefonskih omrežij obravnava:

- Telekom Slovenije,
- Si.mobil,

³ Operater Telemach je pričel ponujati storitve mobilne telefonije preko omrežja Tušmobil s 14.6.2012, merjeno obdobje predmetne analize pa vključuje podatke do 1.4.2012, oz. do 31.12.2011. Iz tega razloga Telemach v analizo ni vključen.

- 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 delovali:

- Telekom Slovenije,
- Si.mobil,
- Tušmobil,
- T-2,
- Debitel in
- Izimobil.

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 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 uporabila zadnje razpoložljive in preverjene podatke na podlagi izpolnjenih vprašalnikov operaterjev, ki so se nanašali na obdobje od 1.7.2004 do 31.12.2011 in na podlagi katerih je v šestmesečnih, trimesečnih in enomesečnih časovnih serijah posredovanja podatkov na tem trgu spremljala in analizirala stanje konkurenčnosti. Podatki dodatnih vprašalnikov za namen tega dokumenta so se navezovali izključno na pokritosti omrežij in odražajo stanje na dan 1.4.2012. Agencija je želela v upoštevati stanje na trgu, ki je časovno čim bližje zaključku analize, hkrati pa zaobjeti dovolj dolgo obdobje tudi za nazaj, saj je le tako mogoče dovolj gotovo ugotavljati in potrditi trende razvoja trga tudi za prihodnje obdobje. Analiza se je tako osredotočila na obdobje po izvedbi prve opravljene analize upoštevnega trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« na podlagi ZEKom, ki je takrat temeljila na podatkih do vključno prve polovice leta 2004. Merjeno obdobje torej zajema daljši časovni okvir in vključuje tudi obdobje analize predmetnega upoštevnega trga, ki je bila izvedena leta 2009. Slednje omogoča obenem tudi ustrezen pogled na učinke dosedanje regulacije predmetnega upoštevnega trga in bolj celostno pokaže trende konkurence na tem upoštevnem trgu.

3.3. Sodelovanje z Uradom Republike Slovenije za varstvo konkurence

Skladno z Obrazložitvenim memorandumom k Priporočilu o upoštevni trgih (C(2007) 5406)⁴, Evropska komisija priporoča, naj pri izvajanju preizkusa treh meril glede obstoja tretjega merila nacionalni regulatorni organi pridobijo mnenje tudi s strani nacionalnega organa, pristojnega za varstvo konkurence. Obenem tudi prvi odstavek 20. člena in tretji odstavek 124. člena ZEKom predvidevata sodelovanje Agencije z Uradom za varstvo konkurence pri analizah upoštevni trgov. Zato je Agencija Urad za varstvo konkurence z dopisom št. 38241-1/2012/16 z dne 12.6.2012 zaprosila za potrditev svojih ugotovitev.

Urad Republike Slovenije za varstvo konkurence (v nadaljevanju: UVK) je z dopisom št. 306-3/2009-33 z dne 20.6.2012 Agencijo obvestil, da ne nasprotuje njenim ugotovitvam v analizi, ki na podlagi preizkusa treh meril ugotavlja, da upoštevni trg »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, ni več treba predhodno urejati in tako potrjuje tudi zaključke preizkusa tretjega merila v smislu, da *ex post* konkurenčno pravo zadošča za nadaljnje urejanje konkurenčnih razmer na trgu dostopa do javnih mobilnih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij.

UVK poudari, da pri presoji, ali bi potencialni novi vstopnik imel možnost izbire in s tem dostopa do infrastrukture operaterjev ni pomembno zgolj število operaterjev, ki tak dostop lahko ponujajo, ampak tudi, ali bi v primeru, če bi bil enemu ali več vstopnikom zavržen dostop do omrežja Telekoma Slovenije, ostali operaterji s svojimi sposobnostmi lahko zagotovili zadovoljitev njihovega povpraševanja pod enakovrednimi pogoji. V nasprotnem primeru bi lahko namreč dominantno podjetje oviralo ali onemogočalo dostop in s tem povzročilo izključitev konkurentov s trga.

Agencija je v nadaljevanju dokumenta dokazala, da konkurenca ne predmetnem upoštevni trgu ne izhaja zgolj iz števila infrastrukturnih operaterjev, ki na tem veleprodajnem upoštevni trgu lahko ponudijo in zadostijo povpraševanju, temveč iz dejanske ponudbe, ki se tudi v praksi izvaja. V Republiki Sloveniji trije od štirih infrastrukturnih operaterjev dejansko nudijo in v praksi izvajajo dostop do lastnega javnega mobilnega telefonskega omrežja. Telekom Slovenije tak dostop v praksi omogoča Debitelu, Izimobilu in Tušmobilu, Si.mobil dostop v praksi omogoča operaterju T-2, Tušmobil pa od 14.6.2012 tudi operaterju Telemach⁵. Iz zgoraj navedenega izhaja, da konkurenca ne trgu ni zgolj navidezna in da tudi hipotetično onemogočanje dostopa s strani enega operaterja ne pomeni izključitve konkurentov s trga.

V nadaljevanju UVK navede pomembnost potencialnih vstopnih ovir, predvsem iz vidika visokih stroškov izgradnje omrežja. Agencija v nadaljevanju v poglavju 6.1.1.1. podrobno navede razloge, zakaj slednje ne predstavlja nepremagljivih vstopnih ovir, še posebej vsled dejstva, da ponudba veleprodajnih storitev dostopa s strani treh infrastrukturnih operaterjev pomeni tudi oblikovanje konkurenčnih veleprodajnih cen. Ne glede na navedeno pa je treba ugotoviti, da na predmetnem upoštevni trgu že obstajajo trije infrastrukturni operaterji, ki so že sposobni ponujati tozadevne veleprodajne storitve (in jih dejansko tudi ponujajo), kar

⁴ Glej:

http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecommerce/doc/implementation_enforcement/eu_consultation_procedure/explanatory_note.pdf dostop na dan 14.4.2012

⁵ Glej: <http://www.telemach.si/si/o-podjetju/novinarsko-sredisce/sporocila-za-javnost/telemach-odslej-tudi-z-mobilno-telefonijo>, dostop na dan 22.6.2012.

Operater Telemach je pričel ponujati storitve mobilne telefonije s 14.6.2012, merjeno obdobje predmetne analize pa vključuje podatke do 1.4.2012, oz. do 31.12.2011. Iz tega razloga Telemach v analizo ni vključen. Ne glede na navedeno pa dejstvo, da Telemach dostopa do omrežja operaterja Tušmobil povsem potrjuje nadaljnje ugotovitve Agencije v nadaljevanju dokumenta, da je operater Tušmobil sposoben nuditi veleprodajne storitve dostopa do lastnega javnega mobilnega telefonskega omrežja.

pomeni, da tudi vstopne ovire na predmetni veleprodajni trg niso absolutne in sta jih v obdobju po zadnji analizi premagala že dva infrastrukturna operaterja.

UVK opozori tudi, da kljub konstantnemu padanju, tržni delež Telekoma Slovenije na maloprodaji in veleprodaji še vedno kaže visoke vrednosti ter pripomni, da lahko konkurenti le s stalnim zniževanjem maloprodajnih cen svojih storitev pridobivajo nove uporabnike, zato je pomembna veleprodajna cena, ki jo dobijo od operaterjev na veleprodajnem trgu. Agencija ugotavlja v nadaljevanju dokumenta ugotavlja stalen padec tržnih deležev Telekoma Slovenije in rast tržnih deležev ostalih operaterjev, pri čemer slednji, tudi v povezavi z ostalimi upoštevanimi dejstvi kažejo, da se trg nagiba k učinkoviti konkurenci, kar je pokazalo, da drugo merilo za *ex ante* urejanje trga ni izpolnjeno. UVK doda, da neupravičeno zviševanje ali zniževanje cen lahko pomeni obliko zlorabe prevladujočega položaja po ZPOMK-1⁶, vendar so takšni postopki dolgotrajni in zapleteni. Agencija tudi sama meni, da je za oblikovanje konkurenčnih maloprodajnih cen nujen pogoj tudi konkurenčna veleprodajna cena. Slednjo pa lahko v bistveno bolj konkurenčnem obsegu in več veleprodajnih ponudnikov hkrati omogoči prav stopnja konkurence na veleprodajnem trgu (ko več ponudnikov neodvisno in samoiniciativno ponuja storitve), kot pa jo lahko zagotovi *ex ante* regulacija, ki lahko praviloma na tem trgu regulira zgolj enega ponudnika in zgolj za omejen nabor storitev (govorni klici, SMS, ne pa tudi vedno bolj bistven prenos podatkov). Agencija si tudi pri oblikovanju maloprodajnih cen operaterjev prizadeva, da bi ti na maloprodajnem trgu nastopali s cenami, ki bi odražale najučinkovitejše zagotavljanje storitev, slednje pa ne pomeni konstantnega zniževanja, če to ni posledica učinkovitosti, temveč posledica kršenja obveznosti, ki jih imajo poslovni subjekti že v skladu z ZPOMK-1 in v skladu s katerim mora ukrepati prav UVK.

V nadaljevanju UVK navede še določene omejitve, ki jih ima v zvezi z nalaganjem obveznosti zagotavljanja dostopa do določene infrastrukture, kar je podrobno navedla in obrazložila Agencija tudi v obravnavi tretjega merila, kjer je natančno utemeljila, zakaj v danih okoliščinah niso izpolnjeni pogoji za *ex ante* regulacijo, temveč zadostuje *ex post* urejanje trga, saj ob prisotnosti tolikšnega števila ponudnikov na predmetnem veleprodajnem trgu ni takšne verjetnosti po intervenciji *ex post* regulatorja, ki bi se srečal s takšnimi objektivnimi omejitvami glede nalaganja obveznosti dostopa, da bi te upravičile *ex ante* regulacijo.

Kot navedeno že zgoraj, UVK Agencijo obvešča, da je analizo upoštevnega trga preučil in ne nasprotuje ugotovitvam Agencije v analizi, ki na podlagi preizkusa treh meril ugotavlja, da predmetnega upoštevnega trga ni več treba *ex ante* regulirati.

⁶ Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence, Uradni list RS, št. 36/2008, 40/2009, 26/2011 (v nadaljevanju ZPOMK-1).

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 javnim mobilnim telefonskim omrežjem: Telekom Slovenije (pred 1.7.2011 kot 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 tudi Tušmobil, sta v Republiki Sloveniji delovala in ponujala lastne storitve le še dva operaterja z lastnim omrežjem: Telekom Slovenije (takrat kot Mobitel) in Si.mobil, ki imata status operaterjev javnih mobilnih telefonskih omrežij. Od 1.6.2008 dalje na slovenskem trgu deluje še četrti operater javnih mobilnih telefonskih omrežij, T-2. Od začetka svojega komercialnega delovanja sta tako Tušmobil, kot tudi T-2, pri Telekomu Slovenije (takrat Mobitelu) uporabljala veleprodajno storitev nacionalnega gostovanja. Družba T-2 je z 8.4.2012 pričela uporabljati storitev nacionalnega gostovanja pri družbi Si.mobil.

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 Telekoma Slovenije. 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 Telekoma Slovenije.

V začetku februarja 2012 sta družbi Amis in Si.mobil predstavili ponudbo mobilne telefonije in mobilnih telefonov za vse naročnike telekomunikacijskih storitev Amis in povezane uporabnike. Ponudba »AmisMobil« je sestavljena iz paketov in storitev, ki jih ponuja Si.mobil ter dodatnih ugodnosti s strani Amisa. Pri tem je treba poudariti, da slednje ni ekvivalent obliki dostopa ponudnikov storitev ali operaterjev navideznih mobilnih omrežij, niti ne predstavlja oblike dostopa nacionalnega gostovanja, temveč gre za oblikovanje skupnih maloprodajnih paketov dveh samostojnih družb. Si.mobil v preteklosti podobne maloprodajne ponudbe oblikoval že z drugimi subjekti, denimo s trgovsko družbo Mercator d.d. v obliki maloprodajne ponudbe »M mobil«, ali oblikovanja lastne posebne blagovne znamke in maloprodajne ponudbe pod imenom »bob«.

Kot je obrazložila že v poglavju 3.1., v merjenem obdobju Agencija, skladno z obliko njihovega delovanja na trgu, kot operaterje javnih mobilnih telefonskih omrežij obravnava Telekom Slovenije, 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 Telekom Slovenije, Si.mobil, Tušmobil, T-2, Debitel in Izimobil⁷.

⁷ Operater Telemach je pričel ponujati storitve mobilne telefonije s 14.6.2012, merjeno obdobje predmetne analize pa vključuje podatke do 1.4.2012, oz. do 31.12.2011. Iz tega razloga Telemach v analizo ni vključen.

4.2. Razvoj delovanja operaterjev mobilne telefonije

Telekom Slovenije (pred 1.7.2011 kot 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, takrat še Mobitel, tudi operater NMT omrežja. Leta 1995 mu je Vlada Republike Slovenije podelila dovoljenje za operaterja GSM omrežja. Telekom Slovenije nudi storitve GSM od julija 1996. Novembra leta 2001 je, takrat kot Mobitel, podpisal koncesijsko pogodbo za UMTS, te 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 zgrajenega lastnega omrežja pri takratni družbi Mobitel najel storitev nacionalnega gostovanja. WWI je s komercialnim delovanjem v Sloveniji prenehal s koncem maja 2006, ko je tudi izključil lastno mobilno omrežje, obenem pa se je za WWI s strani takratnega Mobitela prenehala izvajati tudi storitev nacionalnega gostovanja.

24.5.2006 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. Tušmobil je ob pričetku svojega komercialnega delovanja uporabljal storitev nacionalnega gostovanja pri Telekomu Slovenije na celotnem ozemlju Republike Slovenije, zaradi pomanjkanja lastnih kapacitet in nezadostne pokritosti z radijskim signalom. Danes Tušmobil za komercialno delovanje deloma še vedno uporablja storitev nacionalnega gostovanja pri družbi Telekom Slovenije, vendar ne na celotnem ozemlju Republike Slovenije. Agencija je Tušmobilu aprila 2008 izdala odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc za opravljanje mobilnih javnih radijskih storitev UMTS. Tušmobil ponuja storitve UMTS od aprila 2009.

20.9.2006 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 1.6.2008, za delovanje pa poleg lastnega omrežja, ki je še v izgradnji, do 7.4.2012 uporabljala tudi storitev nacionalnega gostovanja pri družbi Telekom Slovenije na celotnem ozemlju Republike Slovenije. Družba T-2 od 8.4.2012 poleg lastnega omrežja, za komercialno delovanje, uporablja tudi storitev nacionalnega gostovanja na celotnem ozemlju Republike Slovenije pri družbi Si.mobil.

V Sloveniji tako delujejo štirje infrastrukturni operaterji z lastnimi javnimi mobilnimi telefonskimi omrežji, pri čemer dva od njih za svoje komercialno delovanje uporabljata storitev nacionalnega gostovanja v dveh različnih javnih mobilnih telefonskih omrežjih, eden na območju celotnega ozemlja Republike Slovenije, drugi pa le še deloma.

V Sloveniji delujeta tudi dva operaterja, ki ustrezata definiciji ponudnikov storitev / preprodajalcev. Debitel je začel svoje poslovanje kot prvi ponudnik storitev / preprodajalec, brez lastne omrežne infrastrukture, v novembru 1998. Od sredine septembra 2006 ponuja Debitel tudi predplačniške storitve, do takrat je ponujal zgolj naročniške storitve. Debitel je avgusta 1998 z Mobitelom (sedaj Telekomom Slovenije), kot tedaj edinim operaterjem z lastnim javnim mobilnim telefonskim omrežjem, podpisal pogodbo o izvajanju storitev, s katero mu je omogočeno trženje mobilnih storitev na mobilnem omrežju družbe Telekom Slovenije.

Takrat Volja Mobil, ki je konec avgusta 2006 preimenoval svoje podjetje v Izimobil, je začel svoje poslovanje kot drugi ponudnik storitev 17.11.2005. 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, s takratno družbo Mobitel. Izimobil pod isto blagovno znamko trži predplačniške mobilne storitve, za kar uporablja javno mobilno omrežje Telekom Slovenije.

Storitve mobilne telefonije, ki se na maloprodajnem trgu ponujajo kot ločene blagovne znamke navedenih infrastrukturnih operaterjev, samostojno ali v povezavi z drugimi podjetji (denimo »bob«⁸ kot ločena blagovna znamka mobilnih storitev družbe Si.mobil ali »M mobil«⁹ kot ponudba družbe Si.mobil v povezavi s trgovskim podjetjem Mercator d.d.) ter storitve, kjer gre za oblikovanje skupnih paketov mobilnih storitev operaterjev različnih tehnologij in storitev (primer »AmisMobil«¹⁰), ne sodijo v definicijo ponudnikov storitev / preprodajalcev (SP) ali operaterjev navideznih mobilnih omrežij (MVNO) na tem upoštevnem trgu, temveč predstavljajo zgolj posebno obliko označevanja in prodaje maloprodajnih paketov.

4.3. Pretekli vpliv Agencije na medoperaterskem trgu za dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij

Oktober 2005 je Agencija na podlagi predhodno izvedene analize upoštevnega trga 15 »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, izdala odločbo takratni družbi Mobitel (sedaj Telekom Slovenije), kot operaterju s pomembno tržno močjo¹¹. Analiza je bila opravljena za obdobje od začetka leta 2002, do vključno prve polovice leta 2004. Agencija je z analizo določila upošteveni 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 (sedaj Telekom Slovenije).

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.

Agencija je, takrat družbi Mobitel, kot OPTM naložila naslednje ukrepe:

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

Agencija je v maju 2009 objavila ponovno izvedeno 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 vsa tri merila iz preizkusa treh meril, kar je pomenilo, da navedeni trg sodi med upoštene trge, za katere je potrebno predhodno urejanje. Ob oceni pomembne tržne moči operaterjev na tem upoštevnem trgu je Agencija ugotovila, da takrat družba Mobitel (sedaj Telekom Slovenije)

⁸ www.bob.si, dostop na dan 16.5.2012.

⁹ www.mmobil.si, dostop na dan 16.5.2012.

¹⁰ <http://www.amis.net/web3/zasebni-uporabniki/amismobil>, dostop na dan 16.5.2012.

¹¹ Mobitelu izdana odločba št. 300-75/2005/23 z dne 19.10.2005

uživa prevladujoč položaj in ji izdala regulatorno odločbo številka 38294-2/2009-7 z dne 7.8.2009.

Na upoštevni trg je Agencija vključila dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev ter SMS sporočil iz teh omrežij, kamor je vključila tako dostop in klice ter SMS sporočila posredovane za druge operaterje, kot tudi dostop in klice posredovane samemu sebi – »*self supply*«, za geografski trg pa ozemlje Republike Slovenije. V okviru dostopa je Agencija natančno definirala tri oblike dostopa na tem upoštevnom trgu in sicer dostop za potrebe nacionalnega gostovanja (NR), dostop za potrebe operaterjev navideznih mobilnih omrežij (MVNO) in dostop za potrebe ponudnikov storitev / preprodajalcev (SP).

Z navedeno odločbo je Agencija, takrat družbi Mobitel, naložila:

- obveznost dopustitve operaterskega dostopa do določenih omrežnih zmogljivosti in njihove uporabe na razumno zahtevo za zgoraj navedene oblike operaterskega dostopa;
- obveznost zagotavljanja enakega obravnavanja;
- obveznost zagotavljanja preglednosti z objavo vzorčne ponudbe in
- obveznost cenovnega nadzora ter oblikovanja cen za vse zgoraj navedene oblike dostopa ter posredovanja klicev in SMS sporočil s prepovedjo škarij cen.

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

Agencija je 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)* ter skladno z ZEKom tudi veljavni *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 iz leta 2003 izločeni.

V nadaljevanju bo Agencija za predmetni upoštevni trg, skladno s Splošnim aktom, 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)« obenem pa tudi definicijo upoštevne trga, kot jo je natančno definirala v zadnji analizi predmetnega upoštevne trga iz maja 2009, številka 38241-1/2009-11. Agencija bo v nadaljevanju na podlagi preizkusa treh meril ugotavljala, ali predmetni trg bodisi izpolnjuje pogoje za predhodno urejanje, bodisi za ta upoštevni trg predhodno urejanje ni več primerno.

Pri določitvi tako imenovane 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 tej fazi analize dodatno opredeliti in definirati njihove proizvodne in storitvene ter tudi geografske dimenzije. Upoštevni trg se tako natančno določi in definira na podlagi:

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

Opredelitev storitvene in geografske dimenzije trga ima za cilj opredeliti dejanske konkurente udeležene podjetij, ki so sposobni omejevati ravnanje udeležene podjetij in preprečevati, da bi ta 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 bi morala Agencija v postopku izdelave analize, v kolikor bi predhodno dokazala, da je trg primeren za predhodno urejanje, v nadaljevanju tudi ugotavljati, ali ima posamezni 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.

Prav tako pa je treba tudi za potrebe izvedbe preizkusa treh meril natančno definirati in opredeliti trg proizvodov in storitev ter njegov geografski obseg, saj je na podlagi predhodnega definiranja trga mogoče ugotavljati izpolnjevanje meril, ki odločajo, ali je predhodno definiran trg proizvodov in storitev na določenem geografskem območju primeren za predhodno urejanje, ali ne.

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 mogoče šele na tem mestu zadostno 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 upoštevnega trga produktov in storitev je mogoče opraviti s pomočjo dveh kriterijev:

- zamenljivost povpraševanja in
- zamenljivost ponudbe.

Navedena kriterija omogočata tudi upoštevanje morebitnih specifičnih nacionalnih okoliščin pri definiranju posameznega upoštevnega 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 preходом večjega števila uporabnikov na drug proizvod. Zamenljivost povpraševanja omogoča, da se določi storitve ali nabor storitev, ki so po videnju uporabnikov medsebojno zamenljivi v primeru relativnega zvišanja cen. Proizvodi, za katere se ugotovi, da so medsebojno zamenljivi, pripadajo istemu upoštevneemu 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 lahko nekatera podjetja, četudi ponujajo drugačne storitve in ne delujejo na istem upoštevneemu trgu, 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. Če 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 morebitno dolgoročno vezavo kapacitet pri zagotavljanju storitev. Zgolj slučajna, hipotetična zamenljivost ponudbe ni zadosten pogoj za umestitev na isti upoštevni trg. 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 upoštevneemu 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 lahko potencialni novi tekmeci potrebujejo več časa, preden so sposobni začeti 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 povsem 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, se mora relevantni veleprodajni trg dostopa in posredovanja klicev analizirati na osnovi pregleda na maloprodajnem trgu, saj prav povpraševanje in ponudba na maloprodajnem trgu narekujeta razmere na veleprodajnem trgu.

Agencija je zato v nadaljevanju z namenom natančne definicije upoštevne 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 v mobilnem terminalu 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 praviloma 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 uporabniškega 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.

Glede na uveljavljen CPP (*Calling Party Pays*) način zaračunavanja, ki velja v Sloveniji (pa tudi znotraj Evropske unije in večjem delu sveta), ki pomeni, da znotraj domačega nacionalnega območja (princip praviloma ne velja v primeru mednarodnega gostovanja), klic plača kličoči, so za končne uporabnike prejeti klici v domačem omrežju brezplačni in v tem primeru dostop do omrežja za uporabnika, ki je klican, plača kličoči uporabnik¹², ta cena pa je vključena v maloprodajno ceno klica uporabnika, ki je odhodni klic opravil.

Če bi hipotetični monopolist naročniškim in predplačniškim paketom dvignil samo ceno dostopa do omrežja za 5 do 10%, 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 primer pri trgu za zaključevanje klicev v posamičnih javnih mobilnih omrežjih¹³. 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 tudi 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 neposredno pri enem operaterju, posredovanje klicev pa neposredno 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 bilo 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. Slednji 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 tisti 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 ob današnjem tehnološkem razvoju relativno 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 dostopovne 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

¹² Kličoči končni uporabnik v maloprodajni ceni odhodnega klica namreč praviloma pokrije tudi veleprodajni strošek zaključevanja klicev, ki si ga operaterji na medoperaterski (veleprodajni) ravni med sabo zaračunavajo.

¹³ Upoštevni trg 7

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 ali boljšem 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 in ostali pogoji 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 veleprodajnem 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 posameznega 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 nujni, 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.

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 možnost, 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.

Pri preučevanju zamenljivosti ponudbe v primeru upoštevnega trga dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij lahko obstajajo določene 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 drugega operaterja,
- z nakupom obstoječega operaterja z lastnim frekvenčnim spektrom.

Zaradi dejstva, da je povsem nov vstop na ta trg povezan z velikimi finančnimi vlaganji in pridobitvijo frekvenčnega spektra, Agencija ocenjuje, da je na podlagi zgornjih dejstev, zamenljivost ponudbe v smislu prihoda novih infrastrukturnih operaterjev manj verjetna, saj obstajajo zanjo ovire, vsekakor pa ni ovir, da pričnejo na upoštevni trgu ponujati veleprodajne storitve dostopa operaterji z dovolj razvitim lastnim mobilnim omrežjem, ki teh storitev prej niso ponujali.

Pri ugotavljanju zamenljivosti ponudbe je pomembno tudi naslednje empirično dejstvo. Povsem 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 operaterjih kupujejo dostop in posredovanje klicev. Tovrstna zamenljivost ponudbe je tako izključena. Kot navedeno že zgoraj, pa lahko na veleprodajnem trgu pričnejo ponujati veleprodajne storitve, kot odgovor na dvig cen hipotetičnega monopolista že obstoječi mobilni operaterji z lastnim dovolj razvitim mobilnim omrežjem, ki pred tem storitev dostopa na tem veleprodajnem trgu niso ponujali. 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, kot so bili opredeljeni v poglavju 3.1., deluje trenutno šest ponudnikov javnih mobilnih telefonskih storitev. Od njih Telekom Slovenije, 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.

Telekom Slovenije ima sklenjene pogodbe o operaterskem dostopu s ponudnikoma storitev / preprodajalcema Debitel in Izimobil ter s Tušmobilom za nacionalno gostovanje. Telekom Slovenije je imel sklenjeno pogodbo za nacionalno gostovanje tudi s T-2, in sicer od začetka komercialnega delovanja T-2, do začetka aprila 2012. T-2 od 8.4.2012 uporablja veleprodajne storitve dostopa pri Si.mobilu. Slednje pomeni, da od 8.4.2012 Telekom Slovenije ni več edini, ki v Sloveniji ponuja veleprodajne storitve dostopa, temveč se mu je, glede na povpraševanje na veleprodajnem trgu, pridružil tudi Si.mobil. Poleg Telekoma Slovenije in Si.mobila bi lahko storitve na veleprodajnem trgu dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij ponujala tudi Tušmobil in T-2, kot operaterja javnih mobilnih telefonskih omrežij. Kot bo prikazano v naslednjih poglavjih, se je, glede na povpraševanje na predmetnem veleprodajnem trgu, Tušmobil že intenzivno vključil v pogajanja o dostopu do svojega javnega mobilnega telefonskega omrežja v obliki operaterja navideznega mobilnega omrežja, oziroma nacionalnega gostovanja z enim od slovenskih operaterjev in jih tudi uspešno zaključil, kar nakazuje, da je njegovo lastno omrežje že doseglo stopnjo pokritosti prebivalstva in ozemlja, ki bi mu omogočala nastop in oblikovanje ponudbe na tem veleprodajnem trgu¹⁴. Pri tem je treba navesti, da Tušmobil na določenih geografskih območjih v Republiki Sloveniji še vedno uporablja veleprodajne storitve nacionalnega gostovanja pri družbi Telekom Slovenije. Na drugi strani je T-2 še vedno v tako znatni meri odvisen od storitev nacionalnega gostovanja pri razvitejših infrastrukturnih mobilnih operaterjih, kar pomeni, da z lastnim omrežjem ni sposoben na tem trgu zadovoljivo ponujati veleprodajnih storitev ne sebi, drugim operaterjem.

Na podlagi tega je mogoče do sedaj ugotoviti, da lahko trenutno v celoti in neodvisno, sama sebi, pa tudi drugim operaterjem, storitve na veleprodajnem trgu dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje vseh vrst klicev iz teh omrežij ponujata Telekom Slovenije in Si.mobil, glede na veleprodajno ponudbo in povpraševanje ter sklenjen dogovor z operaterjem Telemach, pa tudi Tušmobil¹⁵.

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

¹⁴ Glej: <http://www.telemach.si/sl/o-podjetju/novinarsko-sredisce/sporocila-za-javnost/telemach-odslej-tudi-z-mobilno-telefonijo>, dostop na dan 22.6.2012.

Operater Telemach je pričel ponujati storitve mobilne telefonije s 14.6.2012, merjeno obdobje predmetne analize pa vključuje podatke do 1.4.2012, oz. do 31.12.2011. Iz tega razloga Telemach v analizo ni vključen. Ne glede na navedeno pa dejstvo, da Telemach dostopa do omrežja operaterja Tušmobil, povsem potrjuje nadaljnje ugotovitve Agencije v nadaljevanju dokumenta, da je operater Tušmobil sposoben nuditi veleprodajne storitve dostopa do lastnega javnega mobilnega telefonskega omrežja.

¹⁵ Podrobneje je veleprodajno povpraševanje drugih operaterjev pri družbi Tušmobil in veleprodajna ponudba dostopa družbe Tušmobil obravnavana v poglavju 6.2.3.

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. Tehnologije javnih mobilnih telefonskih omrežij

Agencija je skladno s prepričanjem Evropske komisije tudi sama mnenja, da je pri obravnavi trgov elektronskih komunikacij tehnološka nevtralnost posebnega pomena. Slednje je treba vzeti v obzir tudi pri ugotavljanju, ali je dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij ter posredovanje klicev iz teh omrežij, glede na tehnologijo slednjih, 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 mobilnih storitev v Sloveniji niso mogli dostopati do omrežja tretje generacije, saj je, tedaj še družba Mobitel, šele takrat komercialno vzpostavila delovanje lastnega UMTS omrežja. Si.mobil je komercialno delovanje UMTS omrežja vzpostavil septembra leta 2007, T-2 junija 2008, Tušmobil pa dostop do omrežja UMTS komercialno ponuja od aprila leta 2009. V času delovanja WWI ni ponujal dostopa do omrežja 3G. Pri tem je treba poudariti, da je bila septembra 2009 sprejeta Direktiva 2009/114/ES evropskega parlamenta in sveta o spremembi Direktive Sveta 87/372/EGS o frekvenčnih pasovih, ki jih je treba zadržati za usklajeno uvajanje javnih vseevropskih celičnih digitalnih kopenskih komunikacij v Skupnosti. Ta direktiva je omogočila, da se frekvenčna pasova 880-915 MHz in 925-960 MHz (pas 900 MHz) ne uporabljata več izključno za GSM sisteme temveč tudi za UMTS ter druge prizemne sisteme, ki lahko zagotavljajo elektronske komunikacijske storitve in lahko delujejo istočasno s sistemom GSM v skladu s tehničnimi izvedbenimi ukrepi, sprejetimi na podlagi Odločbe št. 676/2002/ES Evropskega parlamenta in Sveta o pravnem okviru za politiko radijskega spektra v Evropski skupnosti. Države članice so morale sprejeti zakone in druge predpise, potrebne za usklajevanje z Direktivo 2009/114/ES do 9.5.2010. Na tej podlagi je Agencija dne 28.5.2010 v Uradnem listu RS, št. 42/10 objavila spremembe Načrta uporabe radijskih frekvenc (v nadaljevanju NURF), s katerim je dovolila uporabo pasov 900 MHz in 1800 MHz tudi za UMTS sisteme, v skladu z določbami Odločbe komisije št. 2009/766/ES, z dne 16.10.2009. Nato je dne 16.7.2010 izdala dopolnilne odločbe imetnikom odločb o dodelitvi radijskih frekvenc (v nadaljevanju ODRF) za frekvence v pasu 900 in 1800 MHz, s čimer je tudi pravno dovolila uporabo dodeljenih frekvenc za UMTS sisteme in ostale sisteme, ki lahko delujejo sočasno s sistemi GSM, na istem frekvenčnem pasu.

Pred začetkom delovanja omrežij tretje generacije so vsi slovenski operaterji 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 omrežja 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 operaterja. 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 kupovali dostop do enega ali drugega omrežja ločeno, torej na primer 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 uporabljene tehnologije, saj tudi operaterji z vidika dostopa in posredovanja klicev lastna omrežja dojemajo tehnološko nevtralnno, prav tako pa se lahko tehnološko nevtralnno uporabljajo tudi frekvenčni pasovi, ki so bili operaterjem dodeljeni. Vse navedeno potrjuje tako tudi njihovo integrirano načrtovanje, kot izgradnja, pa tudi enako cenovno obravnavanje pri oblikovanju maloprodajnih cen. Zato je treba zaključiti, da sodijo z vidika končnih uporabnikov vsa javna mobilna telefonska omrežja, ki omogočajo dostop in posredovanje govornih klicev, ne glede na tehnologijo, 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, prav tako pomembno le dejstvo, da mu lahko operater ponudnik zagotavlja dostop na čim večjem geografskem območju, neodvisno od tehnologije, na kateri takšno javno mobilno telefonsko omrežje temelji.

Na podlagi navedenega je treba zaključiti, da sodijo vsa javna mobilna telefonska omrežja, ne glede na tehnologijo, na isti upoštevni trg dostopa do javnih mobilnih telefonskih 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 fiksnega brezžičnega telefonskega aparata pa praviloma le 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 praviloma 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 fiksni omrežjih, saj dostop do fiksni omrežij njihovim končnim uporabnikom, kot smo pokazali zgoraj, ne pomeni substituta.

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 torej 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, 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*«¹⁶ 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, Španija, Norveška, Finska, Ciper in Avstrija.¹⁷ Agencija je SMS sporočila na ta upoštevni trg uvrstila tudi v predhodno izvedeni analizi leta 2009. 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 17.¹⁸

¹⁶http://www.google.si/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CE0QFjAA&url=http%3A%2F%2Fec.europa.eu%2Finformation_society%2Fpolicy%2Fecomm%2Fdoc%2Flibrary%2Fext_studies%2Freview_experts%2Freview_regulation.pdf&ei=nErGT-DPO4jOsgab9JAT&usq=AFQjCNEsMOKFXaUJIDA89UXZzhdUbXNOlw, dostop na dan 14.5.2012)

¹⁷ Glej: http://www.cullen-international.com/cullen/telecom/europe/states/markanalv2/market15_2003.htm (dostop na dan 22.5.2012)

¹⁸ 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

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, kot komplementarno storitev.

5.2.5. Druge podatkovne storitve na mobilnih omrežjih

Za širokopasovne storitve 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. Ne glede na to, da postajajo širokopasovne mobilne storitve vedno bolj priljubljene med uporabniki in da njihova uporaba strmo raste, pa zanje ne moremo na enak način, kot je bilo prikazano zgoraj za sporočila SMS, trditi, da gre za take vrste komplementarno storitev, ki bi jo bilo treba uvrstiti na isti upoštevni trg.

Za razliko od storitev SMS, je denimo širokopasovne storitve mogoče z vidika končnih uporabnikov kupovati tudi povsem ločeno od storitev dostopa do mobilnega omrežja za namen klicev, SMS sporočil in mednarodnega gostovanja, kar pomeni, da lahko omenjene storitve uporabljajo pri enem ponudniku storitev, navedene širokopasovne storitve pa ločeno (saj lahko v določenih primerih 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 nekateri končni uporabniki nabavljajo izključno z namenom širokopasovnega dostopa. Tudi na dvig cen širokopasovnih mobilnih storitev bi se končni uporabniki lahko 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. Slednjega jim namreč v povsem enaki meri, kot to velja za klice in SMS sporočila niti ne omogočajo omrežja infrastrukturnih mobilnih operaterjev, saj je lahko predvsem glede na dostopnost določene tehnologije (EDGE, UMTS, HSPA ali HSPA+) na določenem geografskem območju uporabniška izkušnja uporabe širokopasovnih mobilnih storitev zelo različna, kar pa za govorne klice in SMS sporočila ne velja. Pri tem je treba dodati, da se uporabniki trenutnih navedenih omejitev zavedajo in jih ne dojemajo kot nesprejemljive. 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 ne sodijo na predmetni upoštevni trg in gre zgolj za dodatne storitve, ne pa za substitute dostopu in posredovanju klicev in jih kot take vidijo tudi končni uporabniki. Za pošiljanje podatkovnega prometa (razen SMS) obstajajo alternativni viri (zlasti fiksno žični ali brezžični internet), na katerega se je možno priključiti tudi na drugih telekomunikacijskih priključkih ali z mobilnimi terminali preko drugih virov. Za podatkovni promet praviloma tudi ni potrebno, da poteka v realnem času, zato v očeh uporabnikov praviloma tudi ni bistveno povezan z njihovo mobilnostjo v takšni meri, kot to velja za klice in SMS sporočila. Uporabniška izkušnja nam še vedno pokaže, da uporabniki domnevajo, da bo telefonski klic ali SMS sporočilo drugega uporabnika doseglo v realnem času, če se ta nahaja v bližini svojega mobilnega terminala. Tega pa ne moremo trditi v enaki meri za širokopasovne storitve oziroma storitve, ki temeljijo na širokopasovnem dostopu, kjer uporabniki drug za drugega ne predvidevamo ali pričakujemo, da nam je širokopasovno dostop na voljo ves čas in posod. 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 ter SMS iz teh omrežij. Vsekakor pa je v prihodnosti mogoče pričakovati zelo intenziven razvoj mobilnega

širokopasovnega dostopa in storitev, ki bodo tudi iz vidika uporabnikov ta pričakovanja spremenila in povečala. 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 in dodatno tudi v odvisnosti od tehnologije (EDGE, UMTS, HSPA, HSPA+, v prihodnje tudi LTE), saj slednje pomembno vpliva na kakovost storitve ali celo možnost opravljanja slednje.

Agencija zato drugih podatkovnih storitev in tozadevne oblike dostopa na mobilnih omrežjih 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 ali ustrezne komplemente 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 neustrezno.

Če pogledamo zamenljivost z vidika ponudbe zaključimo, da bi lahko operater, ki bi denimo ponujal storitve le na trgu poslovnih uporabnikov, ob povečanju cen za rezidenčne uporabnike hipotetičnega monopolista za 5 do 10%, brez bistvenih dodatnih stroškov pričel ponujati storitve tudi rezidenčnim uporabnikom in obratno, saj so pogoji zagotavljanja storitev dostopa do mobilnega omrežja in posredovanja klicev ter SMS sporočil 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 upoštevne 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 ter SMS sporočil 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 gostovanju¹⁹, ki določa maloprodajne in veleprodajne cene gostovanja ter ostale pogoje v zvezi z mednarodnim gostovanjem.

Glede na navedeno, Agencija ugotavlja, 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 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 praviloma 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*

¹⁹ 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=CELEX:32007R0717:EN:NOT>, dostop na dan 23.5.2012

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 številke 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.«²⁰

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 [...]«²¹;
- 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 [...]«²²;
- 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 [...]«²³.

V nadaljevanju podaja Agencija podrobnejšo definicijo vsake od navedenih štirih oblik dostopa in operaterjev.

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 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 na slovenskem trgu naslednji MNO: Telekom Slovenije, 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

²⁰ 24. točka 3. člena ZEKom

²¹ 4. točka drugega odstavka 26. člena ZEKom

²² 5. točka drugega odstavka 26. člena ZEKom

²³ 7. točka drugega odstavka 26. člena ZEKom

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 svoje uporabnike, trži in zagotavlja lastne storitve, ki jih prodaja pod svojo znamko. V obravnavanem obdobju, ne pred njim, 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, dostopovnega 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, praviloma ne razpolaga z njemu dodeljenim številskim blokom, temveč ga običajno najema pri MNO, nima lastne kode mobilnega omrežja (MNC), temveč uporablja MNC kodo MNO, ne uporablja lastnih SIM kartic (z lastnim IMSI in KI), temveč jih zgolj prodaja pod lastno znamko, nima sklenjenih lastnih pogodb o mednarodnem gostovanju za svoje uporabnike. SP lahko povsem samostojno trži in zagotavlja lastne storitve, ki jih samostojno prodaja in oglašuje pod svojo znamko, vendar je lahko zaradi tehničnih zahtev in okoliščin pri tem omejen, zato se njegove storitve praviloma ne razlikujejo bistveno od storitev MNO, pri katerem kupuje dostop do omrežja. V času zaključka analize sta 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 dostopovnega telefonskega omrežja nima razvitega do te mere, da bi zgolj preko njega 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 dostopovnega omrežja ne izgradi do te mere, da lahko izključno preko njega konkurenčno komercialno deluje na trgu. Glede na poslovni model in odločitve, se lahko operater odloči, da bo pod komercialnimi pogoji nacionalno gostovanje v določenem obsegu in na določenem geografskem območju, ali v celoti, uporabljal dlje časa, ali celo ves čas svojega delovanja. V času zaključka analize sta na slovenskem trgu naslednja MNO, ki uporabljata 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 upoštevnege 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 upoštevnege 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 meril²⁴:

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

V praksi območje, ki ga pokriva mobilno omrežje, kar v največji meri 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 višji stroški komunikacije skupaj z izgubo ali okrnjenostjo določenih dodatnih storitev ob mednarodnem gostovanju, ter veljavnost nacionalne zakonodaje in zakonskih aktov, ki je omejena na Republiko Slovenijo, to opredelitev še dodatno podpirajo, zato ni razloga, da bi geografsko območje upoštevnege trga širili preko nacionalnega obsega. Prav tako pa omrežni operaterji ne na veleprodajnem ne na maloprodajnem trgu znotraj nacionalnega obsega države ne postavljajo različnih pogojev ali cen, niti ne omejujejo svojega delovanja zgolj na posamezna geografska območja v Republici Sloveniji, zato tudi iz tega gledišča ni razlogov, da bi geografsko območje upoštevnege trga ožili na regionalne ali lokalne trge, saj so pogoji enakovredni na nacionalnem nivoju.

Splošni akt o določitvi upoštevnege trgov določa za upoštevne trge, da je geografski trg celotno ozemlje Republike Slovenije, prav tako pa lahko za geografski obseg upoštevnege trga potrdimo ozemlje Republike Slovenije na podlagi zgornjih meril. Agencija zato ne vidi dejavnikov, ki bi opredeljeni geografski trg upravičeno 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 ter SMS sporočil iz teh omrežij vključuje vsa javna mobilna telefonska omrežja na geografskem območju Republike Slovenije.

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

²⁴ Smernice

5.4. Sklep o opredelitviupoštevnegetrga

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

»Dostop do vseh javnih mobilnih telefonskih omrežij, ne glede na tehnologijo teh 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 upoštevnih 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 upoštevnih trgov dne 23.2.2008 spremenjen tako, da namesto 18 upoštevnih trgov sedaj v 3. členu določa 7 upoštevnih trgov (Splošni akt o določitvi upoštevnih trgov, Uradni list RS, št. 18/08 in 112/08). Glede preostalih upoštevnih 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 že v predhodni analizi iz leta 2009 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 in ugotovila, da je preizkus treh meril kumulativno izpolnjen ter da je predmetni upoštevni trg primeren za predhodno (*ex ante*) regulacijo. Na tej osnovi je izvedla analizo predmetnega trga, kjer je ugotovila, da ima prevladujoči položaj takrat družba Mobitel (sedaj Telekom Slovenije), na podlagi česar je navedeni družbi izdala regulatorno odločbo 38294-2/2009-7 z dne 7.8.2009 in ji z njo naložila ustrezne regulatorne ukrepe in obveznosti.

Ponovni postopek analize predmetnega upoštevnega trga, je glede na navedbe iz prvega odstavka tega poglavja treba pričeti z izvedbo preizkusa treh meril, ki mora pokazati, ali so na trgu še vedno prisotne visoke in stalne vstopne ovire strukturne, pravne ali regulativne narave, ali je struktura tega trga takšna, da se nagiba k neučinkoviti konkurenci ter, ali konkurenčna (*ex post*) regulacija in zakonodaja ne zadostuje za ustrezen odziv trga.

V kolikor bo preizkus treh meril v nadaljevanju pokazal, da so kumulativno izpolnjeni vsi trije kriteriji, bo Agencija izvedla še analizo tega upoštevnega trga, kot oceno morebitne pomembne tržne moči enega ali več operaterjev na tem upoštevni trgu. Če pa bo preizkus treh meril pokazal, da ni izpolnjen en ali več kriterijev, bo Agencija ugotovila, da predmetni upoštevni trg ni več primeren za predhodno urejanje in bo v ločenem upravnem postopku, skladno z veljavno zakonodajo, razveljavila veljavno regulatorno odločbo 38294-2/2009-7 z dne 7.8.2009.

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 upoštevem trgu. 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 lahko 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 v pasu 1800. Frekvence v spektru 900 MHz so trenutno v celoti podeljene in v uporabi. Trenutno so v Sloveniji trije mobilni operaterji, ki delujejo tako v frekvenčnem spektru 900 MHz, kot tudi 1800 MHz in 2100. To so Telekom Slovenije, Si.mobil in Tušmobil. Družba T-2 ima odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc samo v pasu 2100 MHz, ne pa tudi 1800 ali 900 MHz.

Pri tem je treba opozoriti, da je bila septembra 2009 bila sprejeta Direktiva 2009/114/ES evropskega parlamenta in sveta o spremembi Direktive Sveta 87/372/EGS o frekvenčnih pasovih, ki jih je treba zadržati za usklajeno uvajanje javnih vseevropskih celičnih digitalnih kopenskih komunikacij v Skupnosti. Ta direktiva je omogočila, da se frekvenčna pasova 880-915 MHz in 925-960 MHz (pas 900 MHz) ne uporabljata več izključno za GSM sisteme temveč tudi za UMTS ter druge prizemne sisteme (tehnološka nevtralnost), ki lahko zagotavljajo elektronske komunikacijske storitve in lahko delujejo istočasno s sistemom GSM v skladu s tehničnimi izvedbenimi ukrepi, sprejetimi na podlagi Odločbe št. 676/2002/ES Evropskega parlamenta in Sveta o pravnem okviru za politiko radijskega spektra v Evropski skupnosti. Države članice so morale sprejeti zakone in druge predpise, potrebne za uskladitev z Direktivo 2009/114/ES do 9. maja 2010.

Na tej podlagi je Agencija dne 28.5.2010 v Uradnem listu RS, št. 42/10 objavila spremembe NURF, s katerim je dovolila uporabo pasov 900 MHz in 1800 MHz tudi za UMTS sisteme, v skladu z določbami Odločbe komisije št. 2009/766/ES, z dne 16.10.2009. Nato je dne 16.7.2010 izdala dopolnilne odločbe imetnikom odločb o dodelitvi radijskih frekvenc za frekvence v pasu 900 in 1800 MHz, s čimer je tudi pravno dovolila uporabo dodeljenih frekvenc za UMTS sisteme in ostale sisteme, ki lahko delujejo sočasno s sistemi GSM, na istem frekvenčnem pasu.

V relativno kratkem obdobju²⁵ je pričakovati podelitev razpoložljivih kapacitet predvidoma 2x30 MHz v frekvenčnem pasu 800 MHz (LTE). V danem trenutku je nemogoče predvideti,

²⁵ Kljub temu, da ni znan datum razpisa, je bilo mogoče na več mestih zaslediti, da Republika Slovenija pripravlja strategijo, ki predvideva pričetek postopka podelitve frekvenc v pasu 800 MHz kar čim prej. Glej: Delo, 26.4.2012: »Četrta generacija telefonije zamuja«, kjer v članku navedeno: "Direktor direktorata za informacijsko družbo na ministrstvu za izobraževanje, znanost, kulturo in šport Marjan Turk priznava, da sta osnovna pogoja za razpis frekvenc digitalne dividende že izpolnjena. Frekvence so namreč sproščene, sploh po prenehanju oddajanja drugega multipleksa digitalne prizemne televizije, in so po evropskem programu politike upravljanja radijskega spektra namenjene zagotavljanju širokopasovnega dostopa. Turk napoveduje, da bodo na ministrstvu pripravili vladno gradivo. V njem bodo opredelili, kakšni so cilji države s tem delom frekvenčnega

kako bo podelitev omenjenega frekvenčnega prostora vplivala na rabo kapacitet v frekvenčnih prostorih v pasu 900, 1800 in 2100 MHz (in morebitnih drugih, še prostih kapacitet na višjih frekvenčnih pasovih), na njihovo morebitno prerazporeditev ali celo trgovanje med operaterji, prav tako pa ni znano, kakšni bodo pogoji za podelitev razpoložljivih kapacitet na frekvenčnem pasu 800 MHz. Vsekakor pa je treba ugotoviti, da se s pridobitvijo novih frekvenčnih kapacitet, ki jih je omogočila digitalna dividenda in prehod iz analognega v digitalno prizemno oddajanje televizijskih programov in s tem sprostitvev frekvenčnega pasu 800 MHz (popolna sprostitvev tega pasu je predvidena do druge polovice leta 2012), ki je v prihodnje namenjen mobilnim komunikacijam ter tehnološka nevtralnost glede nudenja storitev na posameznih frekvenčnih pasovih, vsekakor bistveno spreminjajo pogoji, ki vplivajo na povečanje konkurence, saj se znatno širijo do sedaj zelo okrnjene kapacitete in tehnološke možnosti.

Tako kljub temu, da morebitni novi vstopnik na trg morebiti ne bi mogel v celoti uporabiti enakega frekvenčnega spektra, kot ga uporablja večina prisotnih infrastrukturnih operaterjev, prihodnje razpoložljive kapacitete omogočajo nadaljnjo potencialno konkurenco na tem trgu. Na tej podlagi je treba ugotoviti, da bodo v relativno kratkem roku obstoječi operaterji in hipotetični novi vstopniki lahko postavljeni v bistveno boljši položaj, saj bo mogoča tudi gradnja mobilnega omrežja deloma na nižjih frekvenčnih spektrih, v kolikor ima operater za uporabo slednjih tudi poslovni in tehnični interes, ki praviloma prinaša določene tehnične prednosti in pospeši izgradnjo, še posebej v začetnem obdobju vstopa na trg, ko želi operater čim hitreje pridobiti na pokritosti prebivalstva in ozemlja in manj na kapaciteti omrežja. Na ta način so za potencialne nove vstopnike tehnične vstopne ovire bistveno zmanjšane.

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 vprašljiv, 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 nekonkurenčen in bi ogrožal sprotne investicije operaterja v lastno omrežje, na dolgi rok pa bi ogrožil tudi njegovo dolgoročno delovanje, saj bi omajal zaupanje v kakovost storitev, ki jih novi operater ponuja. Nov vstopnik bi tako moral 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 lahko bil takšen vstop neučinkovit, saj bi tak operater določene že izgrajene dele omrežja pričel uporabljati šele, ko bi bilo njegovo celotno

spektra. Poudarili naj bi štiri ključne elemente za razpis za frekvence LTE." <http://www.delo.si/druzba/infoteh/cetrta-generacija-telefonije-zamuja.html>, dostop na dan 25.5.2012.

Glej: Finance, 1.5.2012: »Turk za čimprejšnji razpis za podelitev frekvenc 4G«, kjer je v članku navedeno: "Ministrstvo za izobraževanje, znanost, kulturo in šport, ki ga vodi Žiga Turk, napoveduje pospešitev tistih aktivnosti, ki so v njihovi pristojnosti in so potrebne za čimprejšnjo izvedbo javnega razpisa za podelitev frekvenc za omrežja mobilne telefonije četrte generacije (4G). Ta bodo slonela na tehnologiji LTE." http://www.finance.si/351319/Turk_za_implej%9Aen_razpis_za_podelitev_frekvenc_4G, dostop na dan 25.5.2012

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 med operaterji Tušmobil, Si.mobil in Telekom Slovenije v določenih primerih tudi praksa. Varčevalni potencial je še posebej velik v območjih z manjšo poseljenostjo, česar se omenjeni operaterji vsekakor zavedajo. 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 podvojitev omrežja.

Ob tem je treba opozoriti tudi na možnost, ki jo operaterjem daje trenutno veljavna zakonodaja s področja elektronskih komunikacij. Posebej 7. člen ZEKom²⁶. Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakona o elektronskih komunikacijah (ZEKom-B), Uradni list RS, št. 110/2009 z dne 29. 12. 2009 je v svojem 2. členu spremenil in dopolnil 7. člen. Drugi, tretji in četrti odstavek dopolnjenega 7. člena ZEKom, se tako glasijo:

»(2) Investitor v javna komunikacijska omrežja in pripadajočo infrastrukturo mora pred začetkom projektiranja sporočiti agenciji namero načrtovane gradnje in svoj poziv zainteresiranim soinvestitorjem v elektronska komunikacijska omrežja in pripadajočo infrastrukturo k skupni gradnji ali k predvidenem zakupu zmogljivosti javnih komunikacijskih omrežij in pripadajoče infrastrukture. Investitor v druge vrste gospodarske javne infrastrukture pa mora pred začetkom projektiranja sporočiti agenciji namero načrtovane gradnje s pozivom investitorjem v elektronska komunikacijska omrežja, da izrazijo interes po vključitvi elektronskih komunikacijskih omrežij in pripadajoče infrastrukture v načrtovanje. Agencija mora najkasneje v roku sedmih dni od prejema na svojih spletnih straneh javno objaviti sporočila investitorjev o pričetku projektiranja z ustreznimi pozivi zainteresiranim, da se o pozivu izjasnijo v roku, ki ga določi investitor, vendar ne sme biti krajši od 20 dni od objave.

(3) Pri izkazanem interesu po postopku iz prejšnjega odstavka je investitor v javna komunikacijska omrežja in pripadajočo infrastrukturo dolžan zainteresiranim soinvestitorjem ali zakupnikom ponuditi sklenitev ustrezne pogodbe, ki upošteva stroškovno naravnane cene. Če se investitor in zainteresirani soinvestitor v javna komunikacijska omrežja ali zainteresirani zakupnik sama ne dogovorita o sklenitvi te pogodbe in njeni vsebini, na zahtevo ene od strank o zadevi odloča agencija po postopku iz 129. člena tega zakona. Ob izkazanem interesu po postopku iz prejšnjega odstavka in po sklenitvi ustrezne pogodbe ali izvršljivosti takšne odločbe agencije, mora investitor v javna komunikacijska omrežja in pripadajočo infrastrukturo načrtovati in graditi tako, da omogočajo povečanje zmogljivosti skladno z izkazanim interesom.

(4) Investitor v druge vrste gospodarske javne infrastrukture, kot so električna in plinska omrežja ali javne ceste, mora svoja omrežja načrtovati tako, da se v okviru tehničnih zmožnosti hkrati z njimi skladno z izkazanim interesom po postopku iz drugega odstavka tega člena lahko gradita tudi elektronsko komunikacijsko omrežje in pripadajoča infrastruktura.«.

Agencija v zvezi s tem na svojih spletnih straneh objavlja pozive zainteresiranim soinvestitorjem v javna elektronska komunikacijska omrežja in pripadajočo infrastrukturo k skupni gradnji ali k predvidenem zakupu zmogljivosti javnih komunikacijskih omrežij in

²⁶ ZEKom (Uradni list RS, št. 13/07-UPB1, 102/07-ZDRad in 110/09-ZEKom-B)

pripadajoče infrastrukture ob nameri načrtovane gradnje²⁷. Določila 7. člena ZEKom tako omogočajo operaterjem sovlaganja v infrastrukturo, kar jim bistveno niža stroške investicij, skrajšuje roke pridobivanja ustreznih dovoljenj, pridobivanja služnosti in v vseh pogledih olajšajo druge civilne postopke. Na ta način so v znatni meri olajšana vlaganja v infrastrukturo in gradnja ter razvoj omrežij.

Vstopna ovira nadzora nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti, na predmetnem upoštevem trgu do določene mere obstaja, vendar pa nikakor ni nepremostljiva, ovire pa so denimo v primerjavi z obdobjem prejšnje analize bistveno manjše in olajšane. Omrežja objektivno ni nemogoče podvojiti zaradi tehničnih ali ekonomskih razlogov *per se*.

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 lahko podvržen neenakopravnemu boju z uveljavljenimi operaterji, ki se s takšnimi pogoji ob svojem vstopu v enaki 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.

V okolju, kjer veljajo pogoji učinkovite konkurence, bi takšni vzvodi izčrpavanja ne bili prisotni, novo vstopajoči operater pa bi se na trgu srečal z infrastrukturnimi operaterji, ki bi v njegovem obstoju videli 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 in si tako zagotovil odjemalca na veleprodajnem trgu.

Na trgu, ki kaže nagibanje k učinkoviti konkurenci, oziroma prisotnost konkurence, se povpraševalci uspejo izpogajati za dostop z operaterji tudi v odsotnosti predhodne regulacije, torej na povsem komercialni osnovi, ali v primeru obstoja predhodne regulacije denimo z operaterjem, ki ni reguliran. Slednje vsekakor kaže na odsotnost nepremagljivih vstopnih ovir. Agencija ugotavlja, kot bo podrobneje navedla še v nadaljevanju, da na predmetnem veleprodajnem upoštevem trgu v Republiki Sloveniji (tudi aktivno) deluje takšno število infrastrukturnih operaterjev, ki s svojo prisotnostjo in nudenjem storitev na veleprodajnem nivoju dostopa do storitev in infrastrukture zagotavljajo pogoje, pod katerimi potencialnemu novemu vstopniku te ovire vstopa več ne onemogočajo, temveč ravno obratno.

Kljub težavam, ki nastopajo pri podvajanju infrastrukture, bi imel namreč novi vstopnik tako možnost dostopati do razpoložljivih frekvenčnih kapacitet, kakor tudi do infrastrukture ter storitev pri enem ali več od že prisotnih operaterjev na tem trgu, tako v smislu dostopa do stolpov, kakor tudi storitev dostopa (npr. nacionalno gostovanje) ki jih v Republiki Sloveniji v praksi aktivno ponujata operaterja Telekom Slovenije in Si.mobil, pri čemer je tretji operater (Tušmobil) pogajanja za nudenje dostopa v obliki nacionalnega gostovanja ali MVNO, (ki je tehnično skoraj povsem enaka dostopu v obliki nacionalnega gostovanja, saj gre za ponujanje kapacitet radijskega omrežja), z operaterjem Telemach že uspešno zaključil in tudi sam v praksi že ponuja dostop²⁸.

²⁷ http://www.apek.si/sl/pozivi_soinvestitorjem_oz_potencialnim_zakupnikom_omrezja dostop na dan 28.5.2012

²⁸ Glej: <http://www.telemach.si/sl/o-podjetju/novinarsko-sredisce/sporocila-za-javnost/telemach-odslej-tudi-z-mobilno-telefonijo>, dostop na dan 22.6.2012.

Operater Telemach je pričel ponujati storitve mobilne telefonije preko mobilnega omrežja Tušmobil s 14.6.2012. Slednje povsem potrjuje nadaljnje ugotovitve Agencije v nadaljevanju dokumenta, da je operater Tušmobil sposoben nuditi veleprodajne storitve dostopa do lastnega javnega mobilnega telefonskega omrežja.

Iz vidika pokritosti omrežij, dosegajo infrastrukturni operaterji v Republiki Sloveniji naslednje odstotke pokritosti²⁹:

- Telekom Slovenije

	GSM	GPRS	EDGE	UMTS	HSDPA	HSUPA	HSPA+
Pokritost ozemlja	85,27%	85,27%	82,20%	53,73%	53,63%	53,63%	53,57%
Pokritost prebivalstva	99,70%	99,70%	98,47%	90,60%	90,31%	90,31%	90,22%

Vir: APEK, 2012

- Si.mobil

	GSM	GPRS	EDGE	UMTS	HSDPA	HSUPA	HSPA+
Pokritost ozemlja	97,40%	97,40%	97,40%	68,80%	68,80%	66,20%	65,90%
Pokritost prebivalstva	99,92%	99,92%	99,92%	93,70%	93,70%	91,64%	90,57%

Vir: APEK, 2012

- T-2

	GSM	GPRS	EDGE	UMTS	HSDPA	HSUPA	HSPA+
Pokritost ozemlja	-	-	-	20,00%	20,00%	20,00%	-
Pokritost prebivalstva	-	-	-	35,00%	35,00%	35,00%	-

Vir: APEK, 2012

- Tušmobil

	GSM	GPRS	EDGE	UMTS	HSDPA	HSUPA	HSPA+
Pokritost ozemlja	87,75%	87,75%	87,75%	35,27%	35,27%	35,27%	-
Pokritost prebivalstva	99,21%	99,21%	99,21%	79,18%	79,18%	79,18%	-

Vir: APEK, 2012

Primerjava s podatki o pokritosti istih infrastrukturnih operaterjev iz leta 2009, ki so bili uporabljeni tudi v predhodni analizi predmetnega trga iz maja 2009, kažejo, da so vsi operaterji dosegli izboljšanje pokritosti, tako glede ozemlja, kot tudi glede prebivalstva.

²⁹ Ob upoštevanju nivoja signala -110dBm za vse tehnologije, stanje na dan 1.4.2012.

- Družba Telekom Slovenije je takrat dosegala 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

- Družba Si.mobil takrat dosegala 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 je takrat dosegala 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 je takrat dosegala naslednjo pokritost:

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

Vir: APEK, 2009

Primerjava podatkov pokritosti iz leta 2009 in 2012 pokaže precejšnjo razliko. Iz podatkov o pokritosti v letu 2009 je razvidno, da je imela takrat družba Mobitel (sedaj Telekom Slovenije) največjo pokritost tako z vidika odstotka pokritosti prebivalstva in ozemlja, kot tudi z vidika pokritosti po tehnologijah. Nižjo, vendar primerljivo pokritost, pa družba Si.mobil. Podatki iz leta 2012 kažejo obratno sliko, saj Si.mobil v vseh primerjanih tehnologijah dosega boljši odstotek pokritosti ozemlja od družbe Telekom Slovenije, enako velja tudi za pokritost prebivalstva, razen pri tehnologiji EDGE.

Bistven je pogled na razvoj mobilnih omrežij družb Tušmobil in T-2, ki sta v letu 2009 veljala za nova in takrat šele nedavna vstopnika. V primeru Tušmobila, je od njegovega vstopa na trg, pa do danes minilo približno štiri leta in pol, v primeru T-2 pa štiri leta. Družba Tušmobil je v tem času dosegla zelo veliko stopnjo pokritosti ozemlja in prebivalstva s svojim omrežjem. Z lastnim 2G omrežjem, na katerem nudi GSM, GPRS in EDGE storitve, tako

dosega pokritost prebivalstva z 99,21% in 87,75% ozemlja, na omrežju 3G, na katerem nudi storitve UMTS, HSDPA in HSUPA, pa 79,18% prebivalstva in 35,27% ozemlja.

Agencija ugotavlja, da je trenutna pokritost Tušmobila v odstotkih prebivalstva in ozemlja višja, kot je bila pokritost prebivalstva in ozemlja družbe Telekom Slovenije (takrat Mobitel) v letu 2009, ko je Agencija predlagala predhodno urejanje tega upoštevne trga in regulatorne ukrepe, takrat družbi Mobitel. Stopnje pokritosti, kot jo danes dosega družba Tušmobil z lastnim mobilnim omrežjem, leta 2009 na nobeni tehnologiji ni dosegala družba Si.mobil, ki že ves čas povsem samostojno nudi vse storitve izključno preko lastnega mobilnega omrežja, brez uporabe nacionalnega gostovanja. Tudi primerjava današnje pokritosti mobilnega omrežja Tušmobil z današnjo pokritostjo operaterjev Si.mobil in Telekom Slovenije pokaže, da Tušmobil z omrežjem 2G dosega povsem ekvivalentno pokritost prebivalstva z družbo Si.mobil, ki ima po zgornjih podatkih največje stopnje pokritosti ozemlja in prebivalstva v odstotkih, pri čemer dosega Tušmobil v odstotkih prebivalstva in ozemlja celo večje odstotke od družbe Telekom Slovenije, pri kateri pod reguliranimi pogoji dostopa do storitev nacionalnega gostovanja. Družba Tušmobil deloma zaostaja primerjalno le na omrežju 3G za operaterjema Si.mobil in Telekom Slovenije. Pri tem pa je treba poudariti, da slednje na ugotovitve, ki izhajajo iz zgornjih dejstev ne more vplivati, saj predmetni upoštevni trg vključuje dostop o javnih mobilnih telekomunikacijskih omrežjih ne glede na tehnologijo ter posredovanje govornih klicev in SMS sporočil iz teh omrežij. 3G omrežja, ki pri nobenem mobilnem operaterju v Sloveniji ne dosegajo tako velikih odstotkov pokritosti ozemlja in prebivalstva, kot njihova 2G omrežja, operaterji gradijo in širijo predvsem za potrebe nujenja podatkovnih storitev in mobilnega širokopasovnega dostopa. Slednje pa ne sodi na predmetni upoštevni trg, kar pomeni, da operaterji, ki te storitve kupujejo pri drugih mobilnih operaterjih v Sloveniji, te storitve že sedaj kupujejo pod povsem komercialnimi in nereguliranimi pogoji.

Posebej pomembno je poudariti, da je družba Tušmobil poleg zelo visokega odstotka pokritosti prebivalstva, dosegla tudi zelo visok odstotek pokritosti ozemlja. Kot je bilo pokazano zgoraj, celo večjega od operaterja, pri katerem pod reguliranimi pogoji nabavlja veleprodajno storitev nacionalnega gostovanja. Dejstvo je namreč, da je operaterju v začetku njegovega delovanja bistveno lažje dosegati višji odstotek pokritosti prebivalstva, kot pa odstotek pokritosti ozemlja Slovenije, saj 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 večjih mest z lastnim signalom, pri čemer pa bi ob tem storitve zagotavljal na izjemno omejenem geografskem območju in tudi z zelo omejenimi kapacitetami.

Slednje v primeru družbe Tušmobil, glede na primerjavo zgornjih podatkov ni več primer, saj je družba z lastnim omrežjem dosegla tudi ustrezno pokritost ozemlja in ne le prebivalstva.

Družba T-2, ki gradi le 3G lastno omrežje, je v obdobju od 2009 do 2012 dosegla bistveno manjši napredek glede pokritosti ozemlja. Že v letu 2009 je dosegla 35% pokritost ozemlja, kar se do leta 2012 ni spremenilo. Je pa T-2 ob istem odstotku pokritosti ozemlja s svojim mobilnim omrežjem dosegel porast pokritosti prebivalstva, ki se je od 7,4% v letu 2009 dvignil na 20% v letu 2012. Kot je Agencija navedla že v predhodnih poglavjih, je družba T-2 v aprilu leta 2012 prenehala uporabljati reguliran dostop do javnega mobilnega telefonskega omrežja Telekom Slovenije za storitve nacionalnega gostovanja in pričela slednje, na osnovi povsem komercialnega dogovora, uporabljati pri družbi Si.mobil.

Vsekakor je podvojitvev mobilnega omrežja zahtevna in draga, saj 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.

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. Kljub temu pa je treba iz navedenega ugotoviti, da so mobilna omrežja podvojljiva. Družba Tušmobil, pa tudi družba Si.mobil sta slednje vsekakor dokazali, saj sta zgradili lastni javni mobilni telefonski omrežji, ki dosegata stopnjo pokritosti prebivalstva in ozemlja, ki je večja od stopnje pokritosti prebivalstva in ozemlja družbe Telekom Slovenije, ki je v še v letu 2009 dosegalo najvišje odstotke, Telekom Slovenije pa je bil takrat ponovno določen kot OPTM na predmetnem upoštevem trgu. Primer izgradnje omrežja Tušmobil pokaže, da nov vstopnik potrebuje obdobje približno štirih let, da takšno omrežje podvoji.

Povsem komercialni dogovor o nacionalnem gostovanju med operaterjema T-2 in Si.mobil kaže na dejstvo, da lahko operater s pokritostjo in kapacitetami, s katerimi sedaj razpolaga družba Si.mobil, popolnoma enakovredno in konkurenčno ponuja storitve dostopa, kot jih pod reguliranimi pogoji nudi regulirani operater na tem upoštevem trgu, Telekom Slovenije, ki je še v predhodni analizi veljal za edinega mobilnega operaterja, ki razpolaga z zadostnimi viri, ustreznimi za dostop v obliki nacionalnega gostovanja, mobilnih operaterjev virtualnih mobilnih omrežij in/ali ponudnikov storitev / preprodajalcev. Pri tem ne smemo mimo ugotovitve, da družba Tušmobil razpolaga s povsem primerljivimi odstotki pokritosti ozemlja in prebivalstva, kot družba Telekom Slovenije, na podlagi česar lahko upravičeno sklepamo, da lahko družba Tušmobil povsem zadovoljivo nudi storitve tudi samostojno, oziroma je celo sama sposobna nuditi veleprodajne storitve dostopa do lastnega omrežja, kot to počneta družbi Si.mobil in Telekom Slovenije s podobnimi odstotki pokritosti ozemlja in prebivalstva. Slednje potrjuje tudi dejstvo, da operater Telemach od junija 2012 ponuja svoje mobilne storitve preko mobilnega omrežja Tušmobil. Vsekakor je mogoče potencialne manjke določenih lokacij kompenzirati z najemom infrastrukture tam, kjer te operater morebiti nima tudi z uporabo dostopa v obliki nacionalnega gostovanja, vendar je za te namene, glede na sedanje okoliščine povsem ustrezen komercialni dogovor med operaterji, ki tak dostop ponujajo in ne reguliran dostop. Da so takšni komercialni dogovori med operaterji mogoči, dokazuje tako primer dogovora med družbama T-2 in Si.mobil za nacionalno gostovanje, tudi povsem komercialen dogovor med Telemachom in Tušmobilom, kot tudi obstoječi komercialni dogovori o delitvi posameznih lokacij med družbami Si.mobil, Telekom Slovenije in tudi Tušmobil. Tako bi se tudi potencialni novi vstopnik bistveno lažje dogovoril za eno od oblik dostopa z obstoječimi infrastrukturnimi operaterji.

Na podlagi vsega navedenega lahko zaključimo, da so javna mobilna telefonska omrežja vsekakor podvojljiva, kar kaže na prisotnost učinkovite konkurence na tem trgu in na odsotnost strukturnih ovir nadzora nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti. Strukturne vstopne ovire nadzora nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti, so v primerjavi z obdobjem prejšnje analize bistveno manjše in olajšane ter nikakor niso nepremostljive ali stalne.

6.1.1.2. Potopljeni stroški

Potopljeni stroški, oziroma stroški, ki ne bodo povrnjeni ob morebitnem izstopu iz trga, so lahko pomembna vstopna ovira 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 v preteklosti že soočili, vendar pa vsled razvoja novih tehnologij nikakor ne moremo reči, da tudi obstoječi operaterji takšnih stroškov nimajo več. Posledično to bistveno zmanjšuje stopnjo njihove tozadevne prednosti pred potencialnim novim vstopnikom, zaradi česar tudi novi vstopniki z njimi na trgu lažje tekmujejo. S tem je občutno zmanjšana asimetrija med operaterji, ki bi sicer lahko povzročala potencialnim novim vstopnikom občutno težje konkurenčne pogoje, nasproti obstoječim operaterjem.

Visoki potopljani stroški v povezavi z izgradnjo infrastrukture, nujne za delovanje omrežja, so lahko potencialna vstopna ovira tudi na predmetnem upoštevem trgu. V kolikor se povsem nov alternativni operater, ki bi vstopil na mobilni trg, odloči, da bo v Sloveniji zgradil novo mobilno omrežje in se kasneje izkaže, da postane projekt iz kateregakoli razloga neuspešen, teoretično ne more računati na povrnitev določenega dela investiranih sredstev. Višina potopljenih stroškov raste praviloma sorazmerno z velikostjo omrežja, npr. za zagotavljanje ustrezne pokritosti in dodatno tudi zagotavljanjem kapacitet omrežja, tudi ko je določena stopnja pokritosti že dosežena, seveda pod pogojem, da tak operater ob hipotetičnem izstopu tega omrežja ne bi mogel prodati. Operater, ki bi vstopil na trg, bi bil torej soočen z visokimi stroški izgradnje omrežja, poleg tega pa bi moral 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 predhodnem poglavju je bilo sicer dokazano, da bi ta dejavnik bistveno olajšal dostop do infrastrukture enega od obstoječih operaterjev, kar pomeni, da bi lahko tak operater že takoj ponudil končnim uporabnikom povsem konkurenčne storitve, torej tudi v času, ko bi omrežje šele gradil, s tem pa bi riziko morebitnih potopljenih stroškov bistveno zmanjšal. V Smernicah Komisija v opombi št. 85 na strani 25³⁰ 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 zastrujeta 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, da bi novi operater zaradi grožnje predmetne vstopne ovire na trg ne vstopil.

Agencija ugotavlja, da so v Sloveniji na upoštevem trgu »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« najverjetneje prisotni potopljani stroški povezani z njihovo infrastrukturo, obenem pa ugotavlja tudi, da so morebitni potopljani stroški v sorazmerno enaki meri prisotni za vse operaterje. Kot je bilo pokazano v prejšnjem poglavju, so trije od štirih infrastrukturnih operaterjev zgradili primerljiva omrežja, pri čemer pomenijo dosedanja vložki v infrastrukturo že izvedene investicije. Morebiten izstop iz trga kateregakoli od njih bi lahko pomenil, da se del investicij tem operaterjem ne bi povrnil, kar bi predstavljalo potopljeni strošek, nemogoče pa je oceniti, v kolikšni meri se investicija ob izhodu iz trga ne bi pokrila. Ko govorimo o treh infrastrukturnih operaterjih Tušmobil, Si.mobil in T-2 in njihovih primerljivih omrežjih, je težko z gotovostjo trditi, da je kateri od njih bolj izpostavljen večjemu deležu potopljenih stroškov od drugega. T-2 je od svojega vstopa na trg od danes v svoje omrežje vlagal najmanj, kar dokazujejo stopnje pokritosti ozemlja in prebivalstva, ki jih v odstotkih dosega v primerjavi z ostalimi tremi. Slednje pomeni, da so bile tudi njegove investicije ustrezno manjše od investicij ostalih treh. Ob hipotetičnem izstopu, bi bili sorazmerno nižji tudi morebitni potopljani stroški, ki bi jih morebiti nosil. V primeru hipotetičnega izstopa operaterja iz trga lahko upravičeno domnevamo, da bi tak operater ne zapustil trga na način, da bi vse investicije odpisal in se iz trga umaknil. Tudi morebiten izhod iz trga običajno pomeni, da operater proda infrastrukturo in ostala sredstva, nujna za delovanje na trgu³¹.

³⁰ 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)

³¹ Slednje potrjuje tudi primer izstopa družbe Western Wireless International d.o.o. (WWI) (blagovna znamka Vega), ki je ob likvidaciji družbe prodala Odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc za frekvenčni pas 1800 MHz (ob soglasju Agencije) družbi Tušmobil, pri čemer je bila tudi za nacionalno gostovanje med takrat družbo Mobitel, WWI in Tušmobil sklenjena tripartitna pogodba o nadaljevanju dostopa do mobilnega omrežja družbe Mobitel, WWI pa je prodal tudi vse svoje lokacije z infrastrukturo družbama Si.mobil in takrat Mobitel.

Obenem je na podlagi 105,5% penetracije uporabnikov mobilne telefonije mogoče ugotoviti, da je trg mobilne telefonije v Sloveniji relativno zrel. Morebitni investitorji v novega vstopnika v Sloveniji bi lahko tako opravili ustrezno oceno poslovnega načrta in upravičenosti novega vstopa na mobilni trg. Glede na stanje, razvitost in konkurenčnost trga ter pravno urejenost, je mogoče trditi, da je možno za slovenski mobilni trg in hipotetični vstop nanj, izdelati dovolj kvalitetno oceno ekonomske upravičenosti vstopa na tak trg in morebitne stopnje dobičkonosnosti, na podlagi katere bi se takšen hipotetični investitor lahko z veliko stopnjo gotovosti odločil, ali se mu na ta trg glede na njegove značilnosti in ob vsej zakonski ter regulatorni predvidljivosti, splača vstopiti, ali pa bi bil tak vstop zaradi morebitnih drugih razlogov (denimo nasičenost) neupravičen. Na osnovi takšne ocene je mogoče v zelo veliki meri izključiti tudi morebitno tveganje nastanka potopljenih stroškov, ki bi lahko nastali v primeru, če bi se prihod na trg izkazal kot neučinkovit. Pri tem je treba na podlagi ugotovitev v prejšnjih poglavjih izpostaviti tudi, da se lahko morebitni potopljeni stroški v veliki meri zmanjšujejo tudi zaradi določil ZEKom o skupni gradnji in soinvesticijah v omrežja, prav tako pa tudi zaradi možnosti komercialnih dogovorov z obstoječimi operaterji o dostopu do njihovih omrežij.

Glede na navedeno lahko zaključimo, da potopljeni stroški kasnejšim vstopnikom na trg ali potencialnim novim operaterjem ne predstavljajo visoke vstopne ovire, kar kaže na prisotnost učinkovite konkurence na trgu.

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 lahko 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 lahko 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 lahko 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 z manj konkurenčno maloprodajno ponudbo.

Novi operater bi si sicer lahko poskušal znižati fiksne stroške na način, da bi omrežje postavil zgolj na območjih, ki so goste 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 Telekom Slovenije in mobilni operaterji, ki so mu sledili, neupravičeno pričakovati, da bi končni uporabniki sprejeli takšno geografsko »racionaliziranje« ponujanja storitev novega ponudnika. Glede na relativno visoko stopnjo penetracije, ki je konec leta 2011 znašala 105,5%, kar pomeni, da uporablja velika večina prebivalcev Slovenije mobilni terminal in ima torej svojega ponudnika storitev, je jasno, da bi moral novi vstopnik skoraj v celoti računati na uporabnike, ki bodo ob obstoječih ponudnikih 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, ne nazadnje pa tudi ponujenih storitev. 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 povezanosti 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 2G in 3G. 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 navedeno je mogoče ugotoviti, da ekonomije povezanosti in ekonomije obsega predstavljajo določeno vstopno oviro za potencialne nove vstopnike. Kljub temu pa je treba poudariti, da so tako ene kot druge prisotne pri večini trgov elektronskih komunikacij in iz tega vidika ne tem upoštevnom trgu v Sloveniji ne predstavljajo posebne specifik in ne pomenijo nobene posebnosti tudi v primerjavi z istimi ali drugimi trgi v EU ali širše. Možno je, da bi imel potencialni novi vstopnik hipotetično manj možnosti uveljavljati prednosti ekonomij obsega in povezanosti v primerjavi z obstoječimi operaterji na tem trgu v Republiki Sloveniji. Na drugi strani pa ne moremo priti do zaključka, da ima kateri od obstoječih operaterjev posamično možnost izrabljati ekonomije obsega in povezanosti na način, ki bi na tem upoštevnom trgu njegov položaj tako izboljšal, da bi nasproti drugim potencialnim vstopnikom predstavljal nepremagljivo vstopno oviro strukturne narave. Dejstvo je tudi, da se na trgu mobilne telefonije ekonomije obsega med akterji ves čas pozitivno prerazporejajo, in na tak trend bi lahko zase upravičeno računal tudi hipotetični novi vstopnik, morebitni vpliv ekonomij obsega in povezanosti pa znatno zmanjšuje tudi možnost dostopa do omrežij drugih operaterjev ter uporaba naprednejših razpoložljivih tehnologij. Prav tako je treba ugotoviti, da morebitnih ovir zaradi ekonomij povezanosti in obsega, na noben način ne bi mogla odpraviti niti predhodna (*ex ante*) regulacija tega upoštevnega trga.

6.1.1.4. Tehnološke prednosti ali superiornost

Tehnološke prednosti lahko predstavljajo oviro za vstop na trg in 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.

Tehnološki napredek bi lahko 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.

Kot je bilo pokazano že zgoraj, je bil trg mobilne telefonije tehnološko gledano v zadnjih letih deležen precejšnje mere inovacij in vzpostavljanja novih tehnologij, še posebej temelječih na standardu UMTS, tozadeven pomemben vpliv pa ima tudi nova tehnologija LTE. V tem delu je mogoče trditi celo, da imajo kasnejši vstopniki pred obstoječimi operaterji celo določeno prednost, saj lahko svoja omrežja gradijo s cenejšo infrastrukturo, ki je obenem tudi zmogljivejša. Medtem, ko so prejšnji vstopniki na tem trgu tradicionalno nadgrajevali svoja omrežja z razvojem novih tehnologij, lahko novi vstopniki takoj izkoristijo vse trenutno razpoložljive tehnološke rešitve, ki v bistveni meri pocenijo izgradnjo omrežij, ekonomizirajo pa jo tudi z vidika časa, prostora in porabe energije. Nenazadnje omogoča takšna oprema tudi uporabo široke palete raznovrstnih in modernih storitev, ki jih lahko nov vstopnik zaradi navedenih dejstev zagotavlja tudi po nižji ceni na enoto ter tako z njihovo ceno, kakovostjo in sodobnostjo zelo uspešno konkurira na trgu.

Obenem je treba tako iz vidika omrežij in storitev, ki jih operaterji preko lastnih omrežij in preko dostopa do omrežij drugih operaterjev ponujajo svojim končnim uporabnikom, ugotoviti, da so te storitve pri različnih operaterjih v Sloveniji praviloma primerljive, oziroma predstavljajo ustrezen nabor storitev, ki se jih je posamezen operater ali ponudnik storitev odločil ponujati glede na ciljno uporabniško skupino, ki jo nagovarja. Tako ni mogoče trditi, da bi v Sloveniji kateri od posamičnih obstoječih operaterjev razpolagal s takšno stopnjo tehnološke prednosti, ki bi ga v primerjavi z drugimi obstoječimi operaterji, ali, kot smo pokazali zgoraj, potencialnimi novimi vstopniki, postavljal v bistveno boljši ali nadrejeni položaj, vsekakor pa lahko vse tehnološke prednosti novih tehnologij, opreme in načinov gradnje omrežij, v največji meri izkoristijo prav novi in kasnejši vstopniki na trgu.

Glede na navedeno, kriterij tehnološke prednosti ali superiornosti ne predstavlja vstopne ovire kasnejšim in potencialnim novim vstopnikom na predmetni trg, kvečjemu lahko trdimo, da lahko kasnejši ali potencialni novi vstopniki to uporabijo kot svojo prednost na trgu.

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

povzročča tržno moč na potencialno konkurenčnem trgu, je običajno škodljiv za celotno družbeno blaginjo.

Vertikalno integrirano podjetje bi lahko skozi svoj tržni položaj na veleprodajnih in maloprodajnih trgih onemogočalo vstop na trg potencialnim konkurentom, oziroma se bi lahko obnašalo nekonkurenčno proti obstoječim alternativnim operaterjem. Na ta način bi lahko samo še okrepilo tržno moč na relevantnem trgu. Posledično se bi 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, jedrnega dela omrežja) do baze končnih uporabnikov.

Vertikalna integracija lahko potencialno negativno vpliva na blaginjo končnih uporabnikov, saj v končni fazi omogoča teoretično neomejeno zviševanje cen in/ali nižanje kakovosti storitev in produktov, seveda pod predpostavko, da je doseženo stanje monopola. V primeru, ko relevantni upoštevni trg ne bi bil reguliran, bi lahko močni vertikalno integrirani operaterji z zadostno močjo na trgu onemogočili dostop alternativnim operaterjem in novim vstopnikom na trg na veleprodajnem trgu, oziroma jih izrinil iz trga. Skladno z dokumentom Skupine evropskih regulatorjev *ERG Report on Guidance on the application of the three criteria test*, razpoložljivost reguliranih veleprodajnih storitev v takšnih primerih omogoča, da novi vstopniki postopoma razvijajo svoje omrežje na osnovi omrežja prevladujočega operaterja, saj določitev obveznosti operaterskega dostopa zmanjšuje to strukturno oviro.

Glede na dejstvo, da v Sloveniji dostop na tem upoštevnom trgu aktivno ponujata dva mobilna operaterja (Si.mobil in Telekom Slovenije), ne moremo govoriti o tem, da bi katerikoli od vertikalno integriranih operaterjev (T-2, Tušmobil, Si.mobil in Telekom Slovenije) na tem trgu lahko izkoriščal svojo vertikalno povezanost na način, da bi z njo omejevali dostop do lastnih javnih mobilnih telefonskih omrežij, saj takšno ravnanje na tako konkurenčnem trgu ne bi imelo zelenega učinka. Stopnja vertikalne integracije je lahko predstavljala visoko vstopno oviro takrat, ko je dostop, izključno zaradi regulatornih obveznosti, na tem trgu v Sloveniji ponujal le en infrastrukturni operater. Ko tak dostop ponuja, tudi na povsem komercialni osnovi, več kot en infrastrukturni operater, na geografskem trgu ni več pogojev, da bi operaterji izkoriščali stopnjo vertikalne integracije kot vstopno oviro, saj med sabo postanejo konkurenti na veleprodajnem trgu, kar pomeni, da bodo poskušali ponujati potencialnim veleprodajnim strankam kar najboljše pogoje, nikakor pa ne bodo poskušali tem postavljati dodatnih strukturnih ovir. Poleg dejstva, da v Sloveniji na predmetnem veleprodajnem trgu dostop do svojega javnega mobilnega telefonskega omrežja že ponujata dva vertikalno integrirana operaterja, je treba omeniti tudi, da se o nujenju takšnega dostopa dogovarja tudi že tretji infrastrukturni operater, kar bo podrobneje obrazloženo v kasnejših poglavjih.

Prav dejstvo, da je na slovenskem trgu več kot en operater, ki lahko na predmetnem veleprodajnem trgu tudi v praksi ponuja ustrezne veleprodajne storitve in da to tudi počne dokazuje, da stopnja vertikalne integracije ne more biti orodje, ki bi ga ti operaterji uporabili za onemogočanje vstopa potencialnih novih vstopnikov, ali nujenja teh storitev obstoječim povpraševalcem. Razmere na trgu te navedbe tudi potrjujejo.

Ob prisotnosti učinkovite konkurence na trgu, kjer lahko enakovredne veleprodajne storitve ponuja več kot zgolj en operater, lahko potencialni novi vstopnik, ali obstoječi povpraševalci s pogajanjem lažje dosežejo dostop do enega izmed obstoječih omrežij. V tem primeru namreč operaterji, ki takšne veleprodajne storitve ponujajo, v tem veleprodajnem trgu vidijo možnost dodatnega veleprodajnega zaslužka in ne več 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. Glede na navedeno je treba ugotoviti, da stopnja vertikalne integracije ne predstavlja vstopne ovire.

6.1.1.6. Ovire za širitev

Trg z veliko stopnjo rasti veliko bolj privlači potencialno konkurenco oziroma potencialne nove vstopnike na trg, kot zreli trgi. Operaterji, ki vstopajo na zrele trge so soočeni z 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.

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.

Kot je bilo v analizi omenjeno že na več mestih, je trg mobilnih komunikacij v Republiki Sloveniji relativno zrel, stopnja penetracije pa je z 105,5% konec leta 2011 že relativno visoka, vendar kljub temu še vedno omogoča rast, na kar kaže tudi njen konstanten pozitiven trend. Kot bo prikazano v nadaljevanju, se tudi tržni deleži mobilnih operaterjev v maloprodaji s konstantnim trendom konsolidirajo, pri čemer tržni delež Telekoma Slovenije ves čas pada, tržni deleži ostalih infrastrukturnih operaterjev T-2, Tušmobil in Si.mobil, pa konstantno rastejo. Večje nihanje ali stagnacijo kažeta predvsem tržna deleža obeh ponudnikov storitev, Izimobil in Debitel.

Pogled na stanje obstoječih šestih ponudnikov storitev v Sloveniji kaže, da ovire za širitev niso takšne, da bi onemogočale širjenje baze uporabnikov in višanja tržnih deležev manjših operaterjev. Poleg tega je treba ugotoviti, da na maloprodajnih trgih operaterji, ki pred tem niso nudili mobilnih storitev, temveč denimo zgolj fiksne, iščejo povezave z mobilnimi operaterji z namenom, da bi k svoji ponudbi dodali še ta segment storitev, kot je pokazal nedavni skupni nastop Amis d.o.o. in družbe Si.mobil. Tudi dogovori med družbama Tušmobil in Telemach, o katerih bo več povedanega pri obravnavi drugega od treh meril, kažejo, da ovire za širitev še zdaleč ne predstavljajo absolutne vstopne ovire. Predvideti je mogoče, da bo nadaljnjo širitev vzpodbudila predvsem konvergenca storitev, pri čemer bodo ponudniki fiksnih telefonskih in širokopasovnih storitev v svoj segment vključevali tudi mobilne storitve, bodisi na način oblikovanja skupnih maloprodajnih ponudb, bodisi kot novi ponudniki storitev / preprodajalci, ali operaterji virtualnih mobilnih omrežij, za kar imajo vsekakor omogočene konkurenčne pogoje dostopa, ki jim tak vstop na trg omogočajo.

Navedeno do določene mere kaže, da na predmetnem upoštevnem trgu ne obstajajo takšne ovire širitve, ki bi predstavljale visoke ali stalne vstopne ovire, saj še zdaleč niso nepremostljive ali večje, kot pri večini trgov elektronskih komunikacij in iz tega vidika ne tem upoštevnem trgu v Sloveniji ne predstavljajo posebne specifik in ne pomenijo nobene posebnosti niti v primerjavi z istimi ali drugimi trgi v EU ali širše ter omogočajo nadaljnjo širitev trga. Prav tako je treba ugotoviti, da niti niso takšne narave, da bi nanje vplivala (*ex ante*) regulacija tega upoštevnega trga.

6.1.1.7. Raznolikost storitev in produktov

Ponudba posameznih operaterjev in ponudnikov storitev je zadnje čase vse bolj usmerjena v konvergenco in vzporeden razvoj govornega, internetnega in mobilnega dela hkrati tudi s fiksnimi storitvami. Na trgu mobilne telefonije je tako viden porast raznolikosti storitev in produktov, ki jih operaterji želijo ponujati svojim končnim uporabnikom. S celovito paleto

telekomunikacijskih storitev operaterji oblikujejo različne pakete s kombinacijo storitev, kar jim omogoča večjo diferenciacijo na trgu.

Infrastrukturni mobilni operaterji v Sloveniji ponujajo zelo primerljive storitve mobilne telefonije, tako iz vidika nabora in oblike produktov ter tehnologij, precej primerljivi pa so tudi po cenah. Razen mobilnega operaterja Si.mobil, ki zaenkrat ponuja fiksne storitve zgolj poslovnim uporabnikom, ponujajo mobilni operaterji Tušmobil, T-2 in Telekom Slovenije poleg mobilnih storitev, ki so med njimi primerljive, tudi fiksne storitve. Oba ponudnika storitev, Izimobil in Debitel, ponujata zaenkrat le mobilne storitve.

Nabor storitev, ki jih v Sloveniji ponujajo mobilni operaterji je odvisen predvsem ali skoraj izključno od odločitev samih operaterjev in od tega, katero ciljno skupino uporabnikov nagovarjajo. Operaterji, obstoječi in potencialni novi, se lahko namreč sami odločajo, kakšne storitve in po kakšnih cenah bodo na maloprodajnem trgu ponujali, pri čemer lahko vsekakor oblikujejo tudi storitve in ponudbo, za katero se je izkazalo, da je uspešna pri njihovih konkurentih, vsekakor pa imajo na voljo vse možnosti, da razvijajo in uveljavljajo lastne nove produkte, s katerimi si bi želeli pridobiti čim večje število končnih uporabnikov.

Agencija na ustreznih veleprodajnih upoštevni trgih me drugimi predhodno regulira tudi dostopovne trge: Posredovanje klicev s fiksne lokacije v javnem telefonskem omrežju (medoperaterski trg), Tranzitne storitve v javnem fiksnem telefonskem omrežju (medoperaterski trg), Dostop do (fizične) omrežne infrastrukture (vključno s sodostopom ali razvezanim dostopom) na fiksni lokaciji (medoperaterski trg), Širokopasovni dostop (medoperaterski trg) in Dostopovni deli zakupljenih vodov ne glede na tehnologijo, ki zagotavlja zakupljeno ali dodeljeno zmogljivost (medoperaterski trg). Na podlagi predhodne regulacije na navedenih veleprodajnih upoštevni trgih je tako potencialnim novim vstopnikom, kot tudi vsem obstoječim operaterjem na trgu mobilne telefonije, omogočeno oblikovati tudi ponudbo fiksnih storitev, tako govornih, kot širokopasovnih.

Glede na navedeno je treba ugotoviti, da raznolikost storitev in produktov ne predstavlja strukturne vstopne ovire ne za potencialne nove vstopnike, ne za obstoječe operaterje. Vsi namreč razpolagajo z možnostjo oblikovanja storitev, ki jim lahko omogočajo ustrezno konkurenco na trgu, prav tako pa so vsem na voljo tudi ustrezni regulatorni vzvodi, na podlagi katerih lahko enakovredno dostopajo tudi do veleprodajnih storitev na drugih trgih in tako oblikujejo tudi konvergenčne ponudbe.

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 upoštevni trg. 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 za vstop na trg, kot strukturne ovire.

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. V prejšnjih poglavjih je že bilo omenjeno, da se omejitve glede frekvenčnega spektra bistveno znižujejo z zasleditvijo ciljev digitalne dividende in bodočo podelitvijo frekvenc na pasu 800 MHz. Ob upoštevanju tudi vseh ostalih ugotovitev iz poglavja 6.1.1.1., slednjega zato ne moremo šteti ne za strukturno, ne za regulatorno oviro, saj ob podelitvi frekvenc, tudi ob skorajšnji podelitvi frekvenc v pasu 800 MHz, do slednjih dostopajo (kandidirajo) pod enakimi pogoji.

Druge pravne ovire, ki so prisotne pri gradnji omrežja, pa so lahko 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 zemljiškoknjižnem postopku, za pridobitev dovoljenj za postavitve objektov pa skladno z upravnim postopkom, kar dodatno zavlačuje izgradnjo omrežja. 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 kadrovska in časovna breme. Na več tovrstnih težav lahko naletijo praviloma novi operaterji, saj je v očeh uporabnikov, ki iz različnih razlogov morebiti nasprotujejo podvojitvam omrežij, kar lahko novim vstopnikom otežuje pridobivanje dovoljenj za postavitve objektov, pridobivanje služnosti in dodatno zavlačuje izgradnjo omrežja.

V zvezi s tem je treba ugotoviti, da se s temi težavami v enaki meri srečujejo vsi infrastrukturni operaterji, ki na trgu gradijo omrežja v povsem enaki meri, saj navedeni postopki in omejitve niso manjši za nobenega od njih. Slednje je toliko bolj aktualno posebej ob dejstvu, da z razvojem in gradnjo omrežij 3G prav vsi na trgu prisotni operaterji še vedno in ves čas gradijo omrežja, torej ne moremo reči, da je katerikoli od operaterjev omrežje že zgradil in se z navedenimi težavami ne srečuje več. Gradnja omrežij se bo vsekakor nadaljevala tudi v prihodnje (podelitev frekvenc v pasu 800 MHz in gradnja LTE omrežij), kar pomeni, da tako potencialni novi operaterji, kot tudi obstoječi, ne bodo imeli različnih pogojev v zgoraj navedenih civilnih postopkih. Deloma zgoraj navedene težave odpravljajo določila 7. člena ZEKom³², ki operaterjem omogočajo skupne investicije in skupno gradnjo infrastrukture, kar vse navedene postopke bistveno olajša in odpravi njihovo podvajanje. Določila 7. člena so v veljavi šele od konca januarja 2010, kar pomeni, da jih v obravnavi tega kriterija v zadnji analizi Agencija ni mogla upoštevati. Na drugi strani je treba ugotoviti, da so operaterji tudi sami po sebi vedno bolj zainteresirani za omogočanje dostopa do infrastrukture, predvsem v smislu souporabe antenskih stolpov, pripadajočih prostorov, energije in povezav. Dogovore o recipročni menjavi navedene infrastrukture dosegajo sami, pod povsem komercialnimi pogoji, praviloma v smislu omogočanja enakovrednega dostopa enega operaterja na določeni lokaciji za enakovreden dostop drugega operaterja na drugi lokaciji. Še enkrat velja, da so zgoraj navedene pravne ovire in pogoji enaki tako za potencialne nove vstopnike, kot za že prisotne operaterje. Poudariti je treba, da tovrstnih pravnih ovire v delu, kjer so prisotne (zemljiškoknjižni postopki, pridobivanje dovoljenj, služnosti, ipd), ne bi odpravila niti hipotetična predhodna (*ex ante*) regulacija, so pa vsekakor v izjemno veliki meri olajšane z določili 7. člena ZEKom in prakso souporabe lokacij med operaterji.

³² Glej poglavje 6.1.1.1.

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, na drugi strani pa tudi jasna. Cene se nagibajo k simetričnim stroškovnim cenam hipotetično učinkovitih operaterjev, temelječih na stroškovnih metodologijah (LRIC »*bottom up*«). Na teh trgih so bili historično obstoječi operaterji pred novimi vstopniki morebiti v določeni 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. Podobno velja tudi za regulacijo mednarodnega gostovanja, ki je postalo regulirano, predvsem v cenovnem smislu, šele z Uredbo Evropske komisije o mednarodnem gostovanju.

Agencija ob tem ugotavlja, da zgoraj navedeno lahko do določene mere predstavlja prednost operaterjev, ki so na trgu že dlje časa, vendar pa so potencialne prednosti navedenega ti operaterji že zdavnaj izčrpali in jih danes nikakor ne morejo več uporabiti v prid. Na drugi strani bi vsi potencialni novi vstopniki v sedanjih okoliščinah regulacije vstopili na trg pod povsem znanimi pogoji (tako npr. glede trendov cenovne regulacije cen zaključevanja klicev v javnih mobilnih telefonskih omrežjih, mednarodnega gostovanja, ipd), kar predstavlja določeno prednost, saj jim omogoča vključiti slednje v njihove poslovne načrte. Poleg tega bi se na drugi strani potencialni novi vstopniki, enako pa velja tudi z obstoječimi kasnejšimi vstopniki, srečali s precej nižjimi veleprodajnimi cenami zaključevanja klicev (tako mobilnih, kot fiksnih) in mednarodnega gostovanja, kar jim na drugi strani pomeni velike prihranke in manjše veleprodajne stroške, kot so jih imeli operaterji med njimi. Slednjega zato ne moremo šteti med pravne ovire, saj predstavljajo prej kot oviro, svoje vrste pravno gotovost, kar je vsekakor pozitivno.

S tega vidika je treba ugotoviti, da pravne in regulatorne ovire, v smislu visokih vstopnih ovir, ne obstajajo in ne onemogočajo vstopa potencialnih novih operaterjev, ali delovanja obstoječih kasnejših vstopnikov.

Agencija na podlagi izvedbe preizkusa prvega merila: »Prisotnost visokih in stalnih ovir strukturne in pravne, oziroma regulatorne narave za vstop na trg« ugotavlja, da na predmetnem upoštevnom trgu niso prisotne visoke in stalne vstopne ovire ne strukturne, ne pravne, oziroma regulatorne narave, ki bi onemogočale vstop potencialnim operaterjem, ali delovanje kasnejšim vstopnikom.

Na podlagi zgoraj navedenega Agencija ugotavlja, da prvi od treh kumulativnih meril ni izpolnjen, zato predhodno (*ex-ante*) urejanje tega upoštevne trga ni mogoče.

Kljub temu, da je preizkus treh meril kumulativne narave, kar pomeni, da neizpolnjevanje enega od treh meril *a priori* pomeni, da tega trga ni mogoče predhodno (*ex ante*) urejati, bo Agencija v nadaljevanju izvedla še preizkus drugega in tretjega merila, z namenom, da dodatno potrdi svoje ugotovitve.

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 (*ex ante*) urejanja, upoštevati tudi možnosti premagovanja ovir za vstop na trg v ustreznem časovnem okviru. To pomeni, da drugo merilo dopušča za predhodno regulacijo le tiste trge, katerih struktura se ne nagiba k učinkoviti konkurenci v ustreznem časovnem okviru, oziroma povedano drugače, ne dopušča predhodne regulacije za trge, za katere se izkaže, da se v ustreznem časovnem obdobju nagibajo k učinkoviti konkurenci, oziroma so konkurenčni, 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 in zato tak trg ni primeren za predhodno regulacijo. 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.

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 obstoja (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 in obratno.

Glavni kazalniki, upoštevani pri ocenjevanju prvega in drugega merila, so podobni tistim, ki se preverijo kot del analize prihodnjih razmer na trgu (ocene pomembne tržne moči), 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 predvsem 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 kriterije, ki niso kumulativne narave, po katerih je ugotavljala, ali se upoštevni trg nagiba k učinkoviti konkurenci v določenem časovnem okviru. Pri kriterijih, 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 napoti na ustrezno mesto z referenco. Agencija je pri izvedbi preizkusa drugega merila uporabila enake kriterije, ki jih je uporabila že v preizkusu treh meril leta 2009.

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 kvantitativnih) kriterijev, ki lahko služi preverjanju, ali se trg nagiba k učinkoviti konkurenci, je ugotavljanje velikosti tržnih deležev operaterjev na upoštevem trgu ter njihove stabilnosti ali spreminjanja 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 povezane s tem prometom.

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*, je izračun tržnih deležev izhodiščna točka za ugotavljanje ali na upoštevem trgu obstaja konkurenca oziroma ali ima določen operater pomembno tržno moč, torej tak ekonomski vpliv, da mu omogoča znatno mero samostojnosti nasproti konkurentom, uporabnikom in potrošnikom.

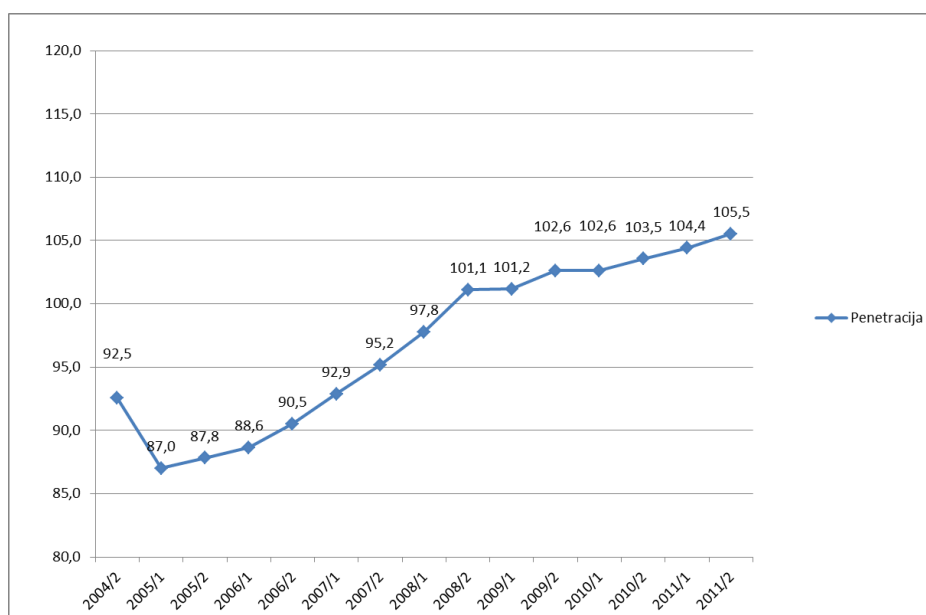
V skladu s pravno prakso se je uveljavila pravna domneva, da tržni deleži večji od 40-50%, razen v izredno izjemnih okoliščinah, dokazujejo obstoj prevladujočega položaja. To velja še toliko bolj, če je tržni delež takega operaterja v določenem časovnem obdobju relativno stabilen in se ne niža. Po drugi strani v obratni situaciji, to je v primeru nihanja ali stalnega upadanja 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.

Za presojo, ali se trg nagiba k učinkoviti konkurenci, je pomembno ugotoviti, kako so se tržni deleži razvijali v določenem časovnem obdobju in njihove trende. V primeru, da tržni delež večjega operaterja v določenem časovnem obdobju pada, drugim operaterjem pa konstantno raste, lahko slednje razumemo tudi kot nagibanje k učinkoviti konkurenci, ali njen obstoj. Zato je tudi za ugotovitev, ali se trg nagiba k učinkoviti konkurenci treba 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, temveč se mora izkazati, da je takšno gibanje skozi čas konstantno in ga je mogoče pričakovati tudi v prihodnje.

Pri izbiri načina merjenja tržnih deležev so pomembne predvsem značilnosti upoštevne trga, ki je predmet obravnave. Agencija se je v zvezi s predmetnim upoštevem trgom »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 ter prihodke, kot sledijo v nadaljevanju.

Slika 1: Stopnja penetracije v odstotkih



Vir: APEK, 2012

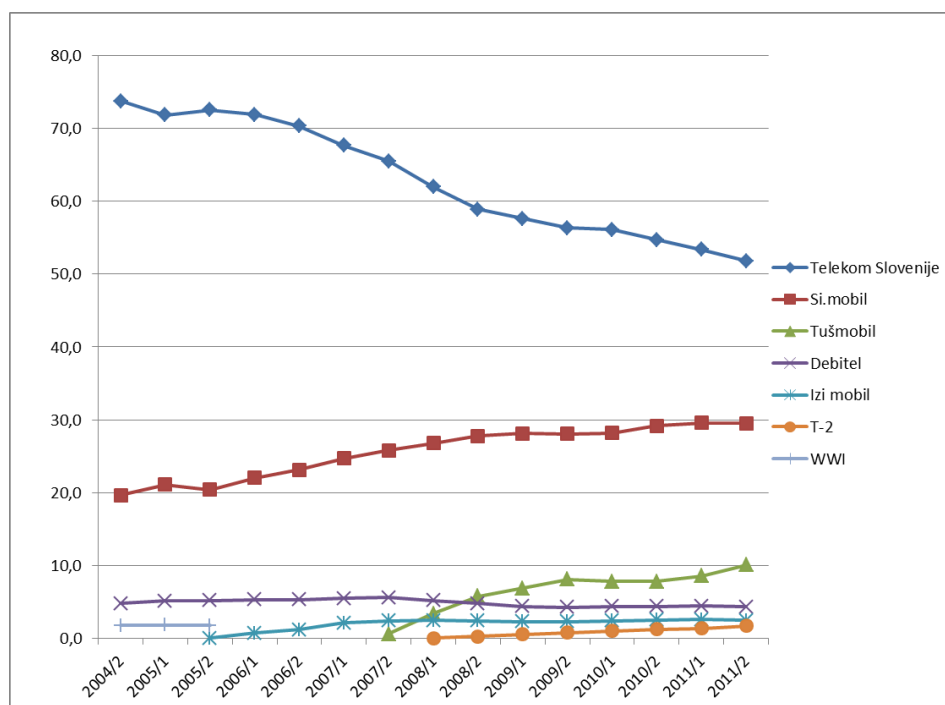
Stopnja penetracije v Sloveniji konec merjenega obdobja je 105,5% in raste k točki saturacije (nasičenosti), v kolikor bi njene nadaljnje stopnje kazale na njeno umirjanje. Kljub temu je še vedno videti konstanten trend rasti in nemogoče je zaključiti, da se bo rast, ali indeks rasti ustavil. Pri tem ima operater Telekom Slovenije 51,8% tržni delež glede na število lastnih končnih uporabnikov. Sledi mu drugi največji operater mobilne telefonije Si.mobil s 29,5% 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 Telekom Slovenije, dosejata skupaj 6,9%, od tega Izimobil konec merjenega obdobja 2,5% in Debitel 4,4%, pri čemer v merjenem obdobju Debitelov tržni delež po rahlem vzponu do vključno leta 2007, v letu 2008 upade in se do konca merjenega obdobja vrti okrog 4,4%. Izimobilov tržni delež počasi raste in leta 2009 rahlo upade in od takrat ostane na približno isti ravni 2,5%. Konec merjenega obdobja je operater Tušmobil dosegel 10,1% tržnega deleža vseh končnih uporabnikov. Tušmobil je skozi merjeno obdobje svoj tržni delež povečeval, še posebej v letu 2010 in 2011. T-2 prav tako ves čas beleži konstantno rast končnih uporabnikov, ki je konec merjenega obdobja dosegla 1,7%, pri čemer je treba poudariti, da T-2 vse do konca merjenega obdobja svojih mobilnih storitev ni zelo aktivno tržil.

Preglednica 1: Tržni deleži končnih uporabnikov po operaterjih v odstotkih (maloprodaja)

	2004/2	2005/1	2005/2	2006/1	2006/2	2007/1	2007/2	2008/1	2008/2	2009/1	2009/2	2010/1	2010/2	2011/1	2011/2
Telekom Slovenije	73,7	71,8	72,5	71,9	70,3	67,6	65,5	62,0	58,9	57,6	56,3	56,1	54,7	53,4	51,8
Si.mobil	19,7	21,1	20,4	22,1	23,1	24,7	25,8	26,8	27,8	28,2	28,1	28,2	29,2	29,6	29,5
Tušmobil							0,6	3,4	5,8	6,9	8,1	7,8	7,9	8,6	10,1
Debitel	4,8	5,2	5,2	5,3	5,3	5,5	5,6	5,2	4,8	4,4	4,3	4,4	4,4	4,4	4,4
Izi mobil			0,1	0,7	1,2	2,1	2,4	2,5	2,5	2,3	2,3	2,4	2,5	2,6	2,5
T-2								0,1	0,3	0,6	0,8	1,0	1,3	1,4	1,7
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	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2012

Slika 2: Tržni deleži končnih uporabnikov po operaterjih v odstotkih (maloprodaja)



Vir: APEK, 2012

Ob pogledu na tržne deleže mobilnih operaterjev na maloprodaji, ki jih v tem primeru opazujemo kot ponudnike storitev, je mogoče videti, da tržna deleža Telekoma Slovenije in Si.mobila konstantno konvergirata. Pri tem tržni delež Telekoma Slovenije ves čas znatno upada na račun dvigovanja tržnih deležev drugih operaterjev. V merjenem obdobju je Telekom Slovenije izgubil za 21,9 odstotne točke tržnega deleža, v obdobju od končnega merjenega obdobja zadnje analize tega upoštevne trga, torej od konca leta 2008, do konca leta 2011, pa 7,1 odstotne točke. Trend nakazuje, da bo Telekom Slovenije v kratkem pod polovičnim tržnim deležem končnih uporabnikov.

Od začetka do konca merjenega obdobja je Si.mobil pridobil 9,8 odstotne točke tržnega deleža, pri tem od konca leta 2008 do konca leta 2011 za 1,7 odstotne točke in se približal tretjinskemu tržnemu deležu.

Največ tržnega deleža v merjenem obdobju je pridobil Tušmobil. Od prihoda na trg do konca merjenega obdobja je pridobil za 10,1 odstotnih točk tržnega deleža, od konca merjenega obdobja prejšnje analize, konca leta 2008, ko je imel 5,8% tržni delež, do konca merjenega

obdobja predmetnega preizkusa treh meril, pa 4,3 odstotne točke. Trend nakazuje na nadaljnjo rast tržnega deleža končnih uporabnikov Tušmobila, tako iz naslova rasti penetracije in novih uporabnikov, kot tudi iz naslova prehoda uporabnikov med operaterji. Ob zaključku prejšnje analize predmetnega upoštevne trga je bil Tušmobil na trgu prisoten šele dobro leto in je s pomočjo intenzivnega trženja pridobil tržni delež 5,8%. Agencija je takrat ugotovila, da na podlagi dotedanjih trendov ne more z gotovostjo sklepati, da bo Tušmobil rasel z enako intenzivnostjo tudi v prihodnje. Obdobje od zadnje analize do danes kaže, da se intenzivnost rasti ne znižuje ter jo je upravičeno pričakovati tudi v prihodnje.

Isto lahko ugotovimo tudi za T-2, ki je vstopil na trg junija 2008, do konca leta 2008 dosegel 0,3% tržnega deleža, do konca merjenega obdobja pa 1,7% tržni delež končnih uporabnikov. Od konca merjenega obdobja zadnje analize do konca merjenega obdobja predmetnega preizkusa treh meril je tržni delež končnih uporabnikov tako povečal za 1,4 odstotne točke. Kljub temu, da tržni delež operaterja T-2 ni visok, je ob bok slednjemu treba ugotoviti, da je T-2 od vseh prisotnih operaterjev najmanj intenzivno oglaševal in tržil svoje mobilne storitve.

Ekonomije obsega, ki jih s svojimi tržnimi deleži skupaj dosegajo operaterji, ki kupujejo dostop pri drugih infrastrukturnih mobilnih operaterjih, so se v obdobju od zadnje analize do danes znatno povečale. Konec leta 2008 so ti operaterji skupaj razpolagali s 13,4% vseh končnih uporabnikov, konec leta 2011 pa že z 18,7%. Slednje kaže na znatne spremembe v obdobju treh let. Ob tem je treba poudariti tudi konstanten padec tržnega deleža največjega mobilnega operaterja. Telekom Slovenije ima še vedno 51,8% tržni delež, vendar pa podatki skozi merjeno obdobje kažejo na konstantno padanje, za katerega lahko povsem upravičeno sklepamo, da se bo nadaljevalo tudi v prihodnje.

Na podlagi zgornjih podatkov in trendov, ki iz njih izhajajo, lahko povsem upravičeno ugotovimo, da se bodo ekonomije obsega alternativnih operaterjev in njihovi tržni deleži končnih uporabnikov še naprej zviševali, na kar kaže stalen indeks rasti skozi celotno obdobje, na drugi strani pa lahko na podlagi analiziranih podatkov ugotovimo, da se bodo ekonomije obsega in tržni deleži prevladujočega Telekoma Slovenije tudi v prihodnje zniževali.

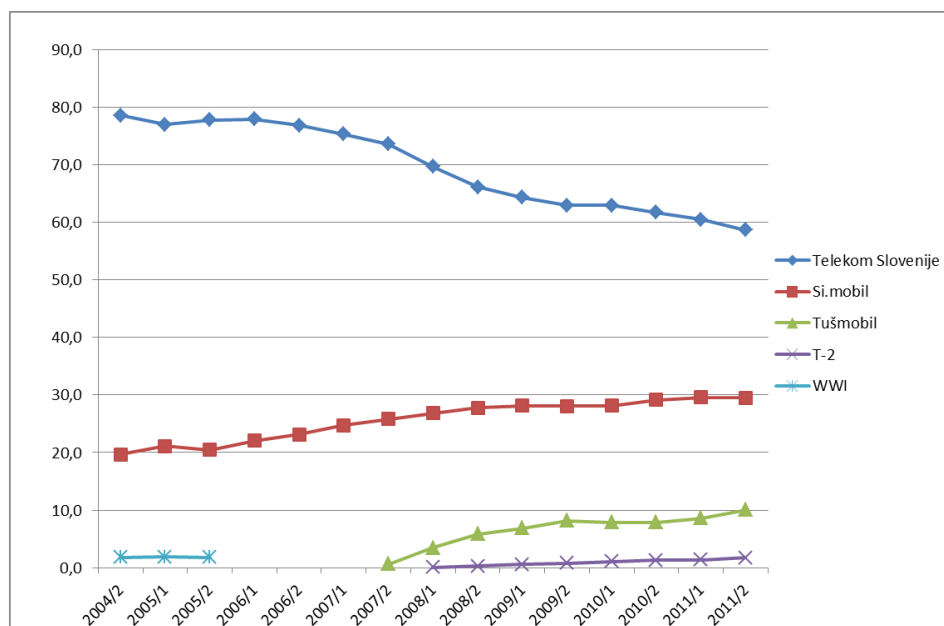
Zniževanje tržnega deleža končnih uporabnikov Telekoma Slovenije in želja po rasti tržnih deležev vseh infrastrukturnih operaterjev, ki lahko ponudijo veleprodajno storitev dostopa na predmetnem upoštevne trgu, bodo imeli vsekakor za posledico, da bodo ti operaterji želeli svoje veleprodajne storitve nuditi pod čim bolj konkurenčnimi pogoji, kar nedavna dogajanja na trgu, kjer operaterji menjajo ponudnika dostopa in se o dostopih dogovarjajo z različnimi infrastrukturnimi operaterji, že kažejo. Navedeno vsekakor kaže na to, da se trg nagiba k učinkoviti konkurenci.

Preglednica 2: Tržni deleži končnih uporabnikov po operaterjih v odstotkih (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	2009/1	2009/2	2010/1	2010/2	2011/1	2011/2
Telekom Slovenije	78,5	77,0	77,8	77,9	76,9	75,3	73,6	69,7	66,1	64,3	63,0	62,9	61,7	60,5	58,7
Si.mobil	19,7	21,1	20,4	22,1	23,1	24,7	25,8	26,8	27,8	28,2	28,1	28,2	29,2	29,6	29,5
Tušmobil							0,6	3,4	5,8	6,9	8,1	7,8	7,9	8,6	10,1
T-2								0,1	0,3	0,6	0,8	1,0	1,3	1,4	1,7
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	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2012

Slika 3: Tržni deleži končnih uporabnikov po operaterjih v odstotkih (veleprodaja) - ponudba samemu sebi in ponudniki storitev



Vir: APEK, 2012

Zgornja tabela in slika kažeta veleprodajne tržne deleže končnih uporabnikov po operaterjih, ki vključujejo samo tiste operaterje, ki so tudi operaterji omrežij in na veleprodaji lahko delujejo. V veleprodajo so v danem primeru vključene storitve samemu sebi (*self supply*), storitve operaterjem ponudnikom storitev (*service provider*) in storitve nacionalnega gostovanja (*national roaming*). Slednje pokaže povsem enak trend, kot pred tem gibanje tržnih deležev na maloprodaji, saj tudi veleprodajni tržni delež družbi Telekom Slovenije skozi ves čas upada, v merjenem obdobju za skoraj 20 odstotnih točk, od konca 2008 do konca 2011, torej v treh letih pa za 7,5 odstotne točke, vsem ostalim infrastrukturnim operaterjem pa rase.

Glede na dejstvo, da T-2 od aprila 2012 naprej uporablja dostop in storitve nacionalnega gostovanja pri družbi Si.mobil in ne več pri družbi Telekom Slovenije, je treba ugotoviti, da se bo veleprodajni delež družbi Telekom Slovenije v prihodnje zmanjšal tudi za ta del, poleg že ustaljenega trenda prerazporejanja deležev, zaradi večanja uporabniške baze ostalih operaterjev. Učinek slednjega bo večji tudi v primeru, če bo družba Tušmobil realizirala tudi dogovore z interesi za dostop do njihovega omrežja in nudenje storitev virtualnemu operaterju, ali ponudniku storitev. Ne glede na navedeno, pa je že sem po sebi očiten konstanten trend prerazporejanja tržnih deležev, ki kaže, da se trg nagiba k učinkoviti konkurenci.

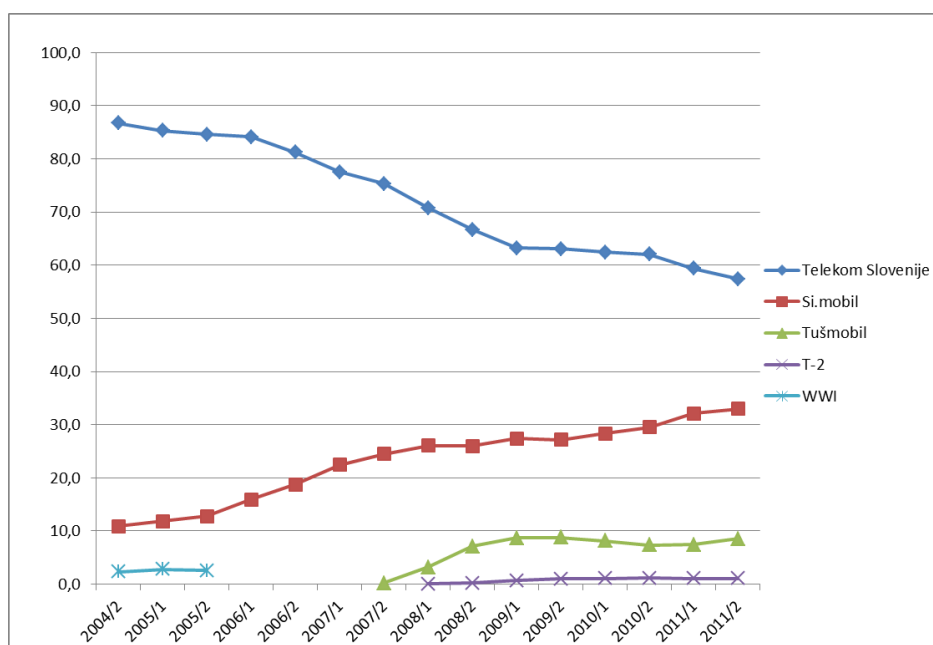
V nadaljevanju Agencija analizira tudi tržne deleže veleprodajnega prometa, ki se na predmetnem veleprodajnem trgu opravlja na posameznem omrežju, vključuje pa promet samemu sebi (*self-supply*), promet za ponudnike storitev in promet za storitev nacionalnega gostovanja.

Preglednica 3: Govorni promet (veleprodaja) - ponudba samemu sebi, ponudniki storitev in nacionalno gostovanje v odstotkih (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	2009/1	2009/2	2010/1	2010/2	2011/1	2011/2
Telekom Slovenije	86,7	85,4	84,6	84,1	81,2	77,5	75,4	70,7	66,7	63,3	63,0	62,4	62,0	59,4	57,4
Si.mobil	10,9	11,8	12,8	15,9	18,8	22,5	24,4	26,1	26,0	27,4	27,2	28,3	29,5	32,1	33,0
Tušmobil							0,2	3,2	7,1	8,7	8,8	8,1	7,3	7,5	8,6
T-2								0,0	0,2	0,7	1,0	1,1	1,1	1,1	1,0
WWI	2,3	2,8	2,6												
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2012

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



Vir: APEK, 2012

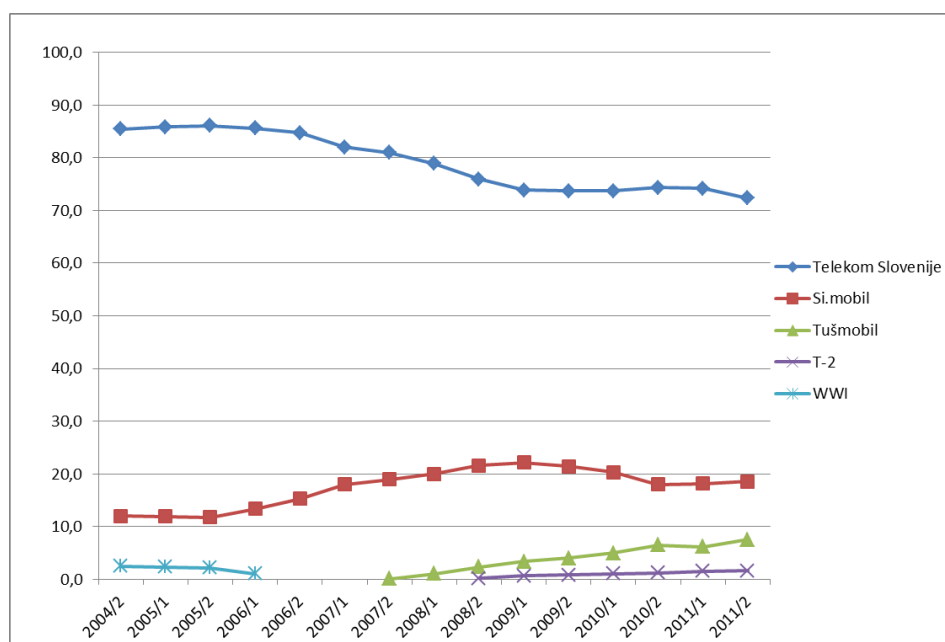
Enak trend, kot smo ga zasledili pri tržnih deležih uporabnikov na veleprodajnem in maloprodajnem trgu, zasledimo tudi pri tržnih deležih govornega prometa, ki ga na veleprodaji opravijo posamezni operaterji, kar kaže na stalno prerazporejanje prometa med infrastrukturne operaterje, krepitev alternativnih mobilnih operaterjev in s tem nagibanje k učinkoviti konkurenci, pri čemer je mogoče ugotoviti, da se bo tak trend, tudi zaradi več operaterjev, ki ponujajo veleprodajni dostop na tem upoštevnem trgu in se zanj pogajajo, nadaljeval tudi v prihodnje.

Preglednica 4: Prihodki od govornega prometa (veleprodaja) - ponudba samemu sebi, ponudniki storitev in nacionalno gostovanje v odstotkih (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	2009/1	2009/2	2010/1	2010/2	2011/1	2011/2
Telekom Slovenije	85,5	85,8	86,1	85,6	84,7	82,0	81,0	78,9	76,0	73,8	73,7	73,7	74,3	74,1	72,3
Si.mobil	12,0	11,9	11,8	13,4	15,3	18,0	19,0	20,0	21,6	22,1	21,4	20,3	18,0	18,2	18,5
Tušmobil							0,1	1,0	2,3	3,4	4,0	4,9	6,5	6,2	7,5
T-2									0,2	0,7	0,9	1,1	1,2	1,5	1,6
WWI	2,5	2,3	2,1	1,0											
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2012

Slika 5: Prihodki od govornega prometa (veleprodaja) - ponudba samemu sebi, ponudniki storitev in nacionalno gostovanje v odstotkih (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, 2012

Opazujoč prihodke od zgoraj obravnavanega veleprodajnega prometa, ki vključuje tudi ponudbo samemu sebi (*self supply*) vidimo, da tudi slednji kažejo enak trend, kot že zgoraj obravnavani tržni deleži. Upad deleža Telekoma Slovenije je konstanten, pri čemer je treba upoštevati, da je bil v merjenem obdobju edini ponudnik veleprodajnih storitev drugim operaterjem. Ker T-2 od aprila 2012 naprej, to obdobje v analizo kvantitativnih podatkov še ni vključeno, uporablja dostop in storitve nacionalnega gostovanja pri družbi Si.mobil in ne več pri družbi Telekom Slovenije, je treba ugotoviti, da se bo ta veleprodajni delež prihodkov družbi Telekom Slovenije v prihodnje zmanjšal za ustrezni del, poleg že izkazanega konstantnega trenda prerazporejanja deležev. Učinek slednjega bo večji tudi v primeru, če bo družba Tušmobil realizirala tudi dogovore z interesi za dostop do njihovega omrežja in nudenje storitev virtualnemu operaterju, ali ponudniku storitev. Ne glede na navedeno, pa je

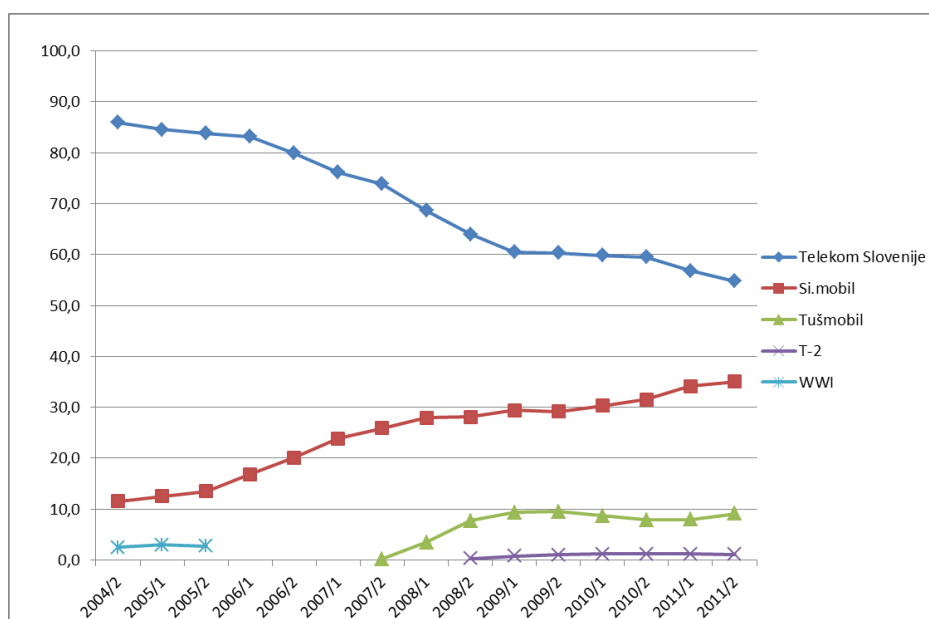
že sem po sebi očiten konstanten trend prerazporejanja tržnih deležev, ki kaže, da se trg nagiba k učinkoviti konkurenci.

Preglednica 5: Govorni promet (veleprodaja) - ponudba samemu sebi v odstotkih (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	2009/1	2009/2	2010/1	2010/2	2011/1	2011/2
Telekom Slovenije	86,0	84,5	83,8	83,2	79,9	76,2	73,9	68,6	64,0	60,5	60,3	59,8	59,5	56,8	54,8
Si.mobil	11,6	12,5	13,5	16,8	20,1	23,8	25,9	28,0	28,1	29,4	29,2	30,3	31,5	34,1	35,0
Tušmobil							0,2	3,4	7,7	9,3	9,4	8,7	7,8	7,9	9,1
T-2									0,2	0,7	1,0	1,2	1,2	1,2	1,1
WWI	2,5	3,0	2,7												
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2012

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



Vir: APEK, 2012

Če na veleprodaji opazujemo samo promet samemu sebi (*self-supply*), kar pomeni, da v primeru Telekoma Slovenije 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 konstanten, v celoti pa odraža maloprodajne tržne deleže končnih uporabnikov posameznih infrastrukturnih operaterjev, za katere smo že zgoraj ugotovili, da kažejo na nagibanje k učinkoviti konkurenci.

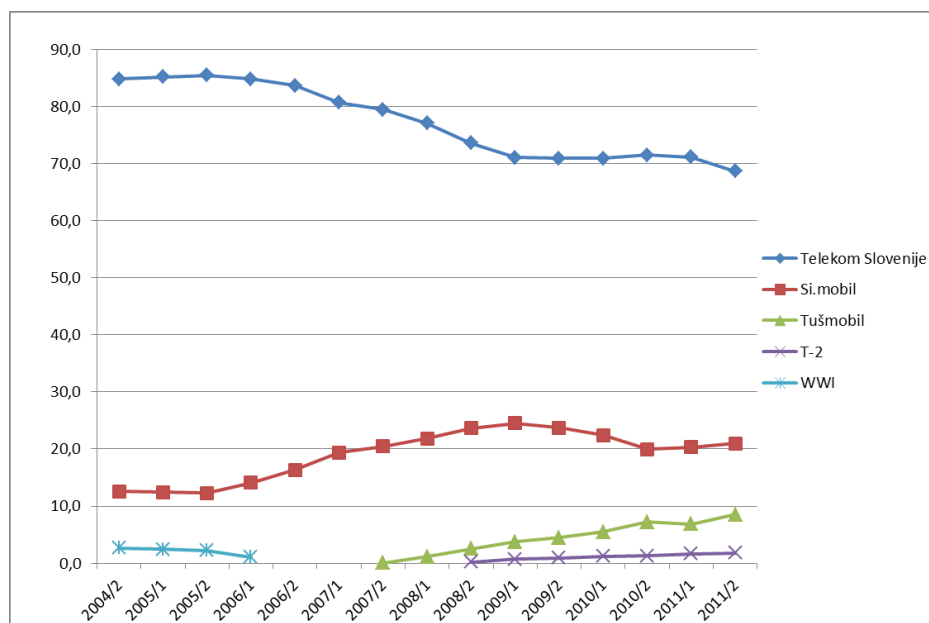
Na podlagi navedenih podatkov je treba ugotoviti, da se, enako kot deleži končnih uporabnikov, s konstantnim trendom ustrezno prerazporejajo med infrastrukturne operaterje tudi deleži govornega prometa, ki ga njihovi končni uporabniki opravijo, kar tudi na podlagi tega tržnega deleža kaže k nagibanju k učinkoviti konkurenci.

Preglednica 6: Prihodki od govornega prometa (veleprodaja) - ponudba samemu sebi v odstotkih (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)

	2004/2	2005/1	2005/2	2006/1	2006/2	2007/1	2007/2	2008/1	2008/2	2009/1	2009/2	2010/1	2010/2	2011/1	2011/2
Telekom Slovenije	84,8	85,1	85,5	84,8	83,6	80,6	79,4	77,0	73,6	71,0	70,9	70,9	71,5	71,1	68,7
Si.mobil	12,6	12,4	12,3	14,1	16,4	19,4	20,5	21,8	23,7	24,5	23,7	22,4	19,9	20,3	21,0
Tušmobil							0,1	1,1	2,5	3,7	4,5	5,5	7,2	6,9	8,5
T-2									0,2	0,7	0,9	1,2	1,3	1,7	1,8
WWI	2,6	2,4	2,2	1,1											
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2012

Slika 7: Prihodki od govornega prometa (veleprodaja) - ponudba samemu sebi v odstotkih (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)



Vir: APEK, 2012

Enako velja tudi za prihodke iz tega naslova, le da je tudi tukaj trend prerazporejanja tržnih deležev nekoliko počasnejši. Pri tem je treba opozoriti, da veleprodajni prihodki iz naslova obravnavanega prometa samemu sebi (*self supply*) predstavljajo le odraz tega, kako operater oblikuje maloprodajne cene končnim uporabnikom. Višji tržni delež prihodkov iz naslova govornega prometa v primeru ponudbe samemu sebi od tržnega deleža količine prometa iste storitve, pomeni predvsem, da tak operater oblikuje določeno stopnjo maloprodajnih cen govornega prometa.

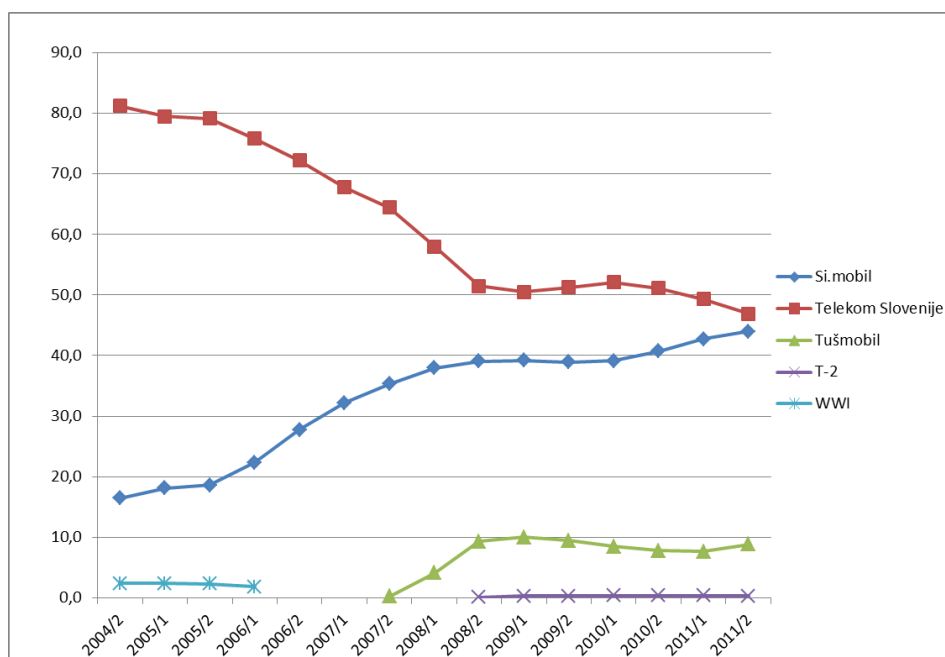
Pri nižjih maloprodajnih cenah bi imel namreč ob višjem deležu količin govornih klicev nižji tržni delež prihodkov iz tega naslova. Agencija ugotavlja, da obravnavani podatki za ta namen nikakor ne kažejo, da se upoštevni veleprodajni trg ne nagiba k učinkoviti konkurenci.

Preglednica 7: Poslana SMS sporočila (veleprodaja) - ponudba samemu sebi, ponudniki storitev in nacionalno gostovanje v odstotkih (v primerih, ko operaterji ponujajo storitve v paketih 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	2009/1	2009/2	2010/1	2010/2	2011/1	2011/2
Si.mobil	16,4	18,1	18,6	22,4	27,8	32,2	35,3	37,9	37,8	38,5	37,9	38,5	39,8	42,1	43,1
Telekom Slovenije	81,2	79,5	79,1	75,8	72,2	67,8	64,4	58,0	52,6	51,1	52,1	52,6	51,9	49,8	47,6
Tušmobil							0,3	4,1	9,5	10,1	9,6	8,6	7,9	7,7	9,0
T-2									0,1	0,3	0,3	0,4	0,4	0,3	0,3
WWI	2,4	2,4	2,3	1,8											
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2012

Slika 8: Poslana SMS sporočila (veleprodaja) - ponudba samemu sebi, ponudniki storitev in nacionalno gostovanje v odstotkih (v primerih, ko operaterji ponujajo storitve v paketih oz. v obliki zakupljenih količin, so med navedena SMS sporočila šteta dejansko poslana)



Vir: APEK, 2012

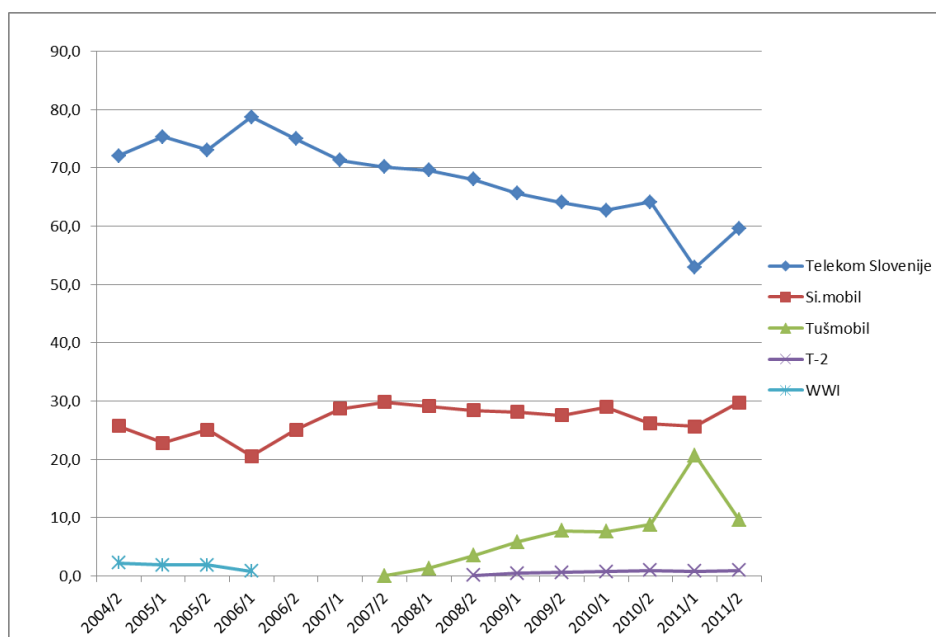
Na tem mestu lahko ugotovimo, da sta si v primeru SMS sporočil tržna deleža Telekoma Slovenije in Si.mobila skoraj povsem izenačena, prav tako pa rase tržni delež tudi vsem ostalim infrastrukturnim operaterjem.

Preglednica 8: Prihodki od poslanih SMS sporočil (veleprodaja) - ponudba samemu sebi, ponudniki storitev in nacionalno gostovanje v odstotkih (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	2009/1	2009/2	2010/1	2010/2	2011/1	2011/2
Telekom Slovenije	72,1	75,3	73,0	78,7	74,9	71,3	70,1	69,6	68,0	65,6	64,1	62,7	64,1	52,9	59,6
Si.mobil	25,7	22,8	25,1	20,5	25,1	28,7	29,8	29,1	28,4	28,1	27,6	28,9	26,2	25,6	29,8
Tušmobil							0,1	1,3	3,5	5,8	7,7	7,6	8,8	20,7	9,7
T-2									0,1	0,4	0,6	0,8	0,9	0,8	1,0
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	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2012

Slika 9: Prihodki od poslanih SMS sporočil (veleprodaja) - ponudba samemu sebi, ponudniki storitev in nacionalno gostovanje v odstotkih (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, 2012

Deleži veleprodajnih prihodkov od SMS sporočil se prav tako skozi čas konstantno razporejajo, kljub temu, da skozi opazovano obdobje nekoliko nihajo. Ker vključujejo tudi prihodke od ponudbe samemu sebi, so ti prihodki seveda zelo odvisni od cenovne politike oblikovanja maloprodajnih cen SMS sporočil posameznega operaterja ter maloprodajnih paketov.

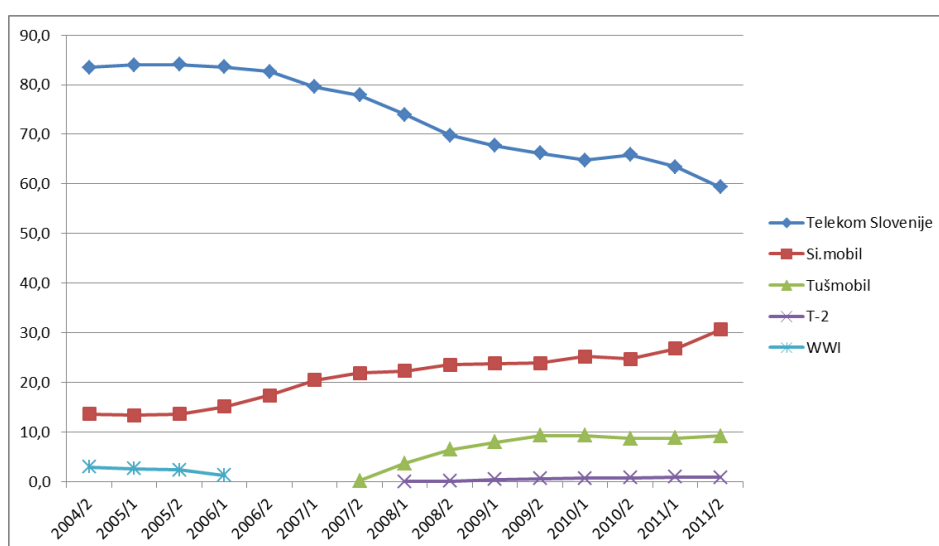
Na podlagi opazovanih podatkov prihodkov iz tega naslova ne moremo ugotoviti, da bi ti kazali, da se trg ne nagiba k učinkoviti konkurenci.

Preglednica 9: Skupni prihodki (veleprodaja) - ponudba samemu sebi, ponudniki storitev in nacionalno gostovanje v odstotkih (med navedene prihodke so vključeni prihodki od dostopa (ki vključujejo priključnine, naročnine oz. zakupnine), govornega prometa in SMS sporočil, prenosa podatkov in MMS sporočil)

	2004/2	2005/1	2005/2	2006/1	2006/2	2007/1	2007/2	2008/1	2008/2	2009/1	2009/2	2010/1	2010/2	2011/1	2011/2
Telekom Slovenije	83,5	84,0	84,0	83,6	82,6	79,5	77,9	73,9	69,8	67,7	66,2	64,8	65,8	63,4	59,3
Si.mobil	13,6	13,4	13,6	15,2	17,4	20,5	21,9	22,3	23,6	23,8	23,9	25,2	24,7	26,8	30,6
Tušmobil							0,2	3,7	6,4	8,0	9,3	9,3	8,7	8,8	9,2
T-2								0,0	0,1	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	0,8
WWI	2,9	2,6	2,4	1,3											
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2012

Slika 10: Skupni prihodki (veleprodaja) - ponudba samemu sebi, ponudniki storitev in nacionalno gostovanje v odstotkih (med navedene prihodke so vključeni prihodki od dostopa (ki vključujejo priključnine, naročnine oz. zakupnine), govornega prometa in SMS sporočil, prenosa podatkov in MMS sporočil)



Vir: APEK, 2012

Skupni veleprodajni prihodki, ki prav tako vključujejo ponudbo samemu sebi so na enak način zelo odvisni od oblikovanja cen dostopa (priključnin, naročnin, zakupnin paketov) in 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 fiksní znesek uporabniku zagotavljajo tudi določeno količino vključenih storitev. 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). Obravnavani podatki pokažejo, da se tržni deleži skozi ves čas med operaterji prerazporejajo, zadnje čase celo z nekaj večjim indeksom. Ker T-2 od aprila 2012 naprej (to obdobje v analizo kvantitativnih podatkov še ni vključeno) uporablja dostop in storitve nacionalnega gostovanja pri družbi Si.mobil in ne več pri družbi Telekom Slovenije, je treba upoštevati, da se bo ta veleprodajni delež prihodkov družbi Telekom Slovenije v prihodnje zmanjšal za ustrezni del, poleg že izkazanega konstantnega trenda prerazporejanja deležev. Učinek slednjega bo večji tudi v

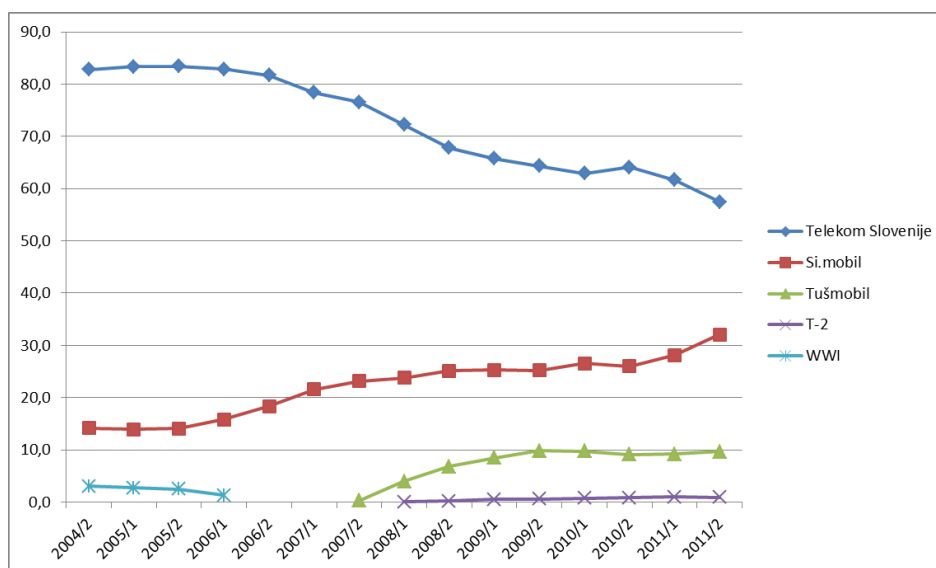
primeru, če bo družba Tušmobil realizirala tudi dogovore z interesenti za dostop do njihovega omrežja in nudenje storitev virtualnemu operaterju, ali ponudniku storitev. Ne glede na navedeno, pa je že sem po sebi očitni konstanten trend prerazporejanja tržnih deležev, ki kaže, da se trg nagiba k učinkoviti konkurenci.

Preglednica 10: Skupni prihodki (veleprodaja) - ponudba samemu sebi v odstotkih (med navedene prihodke so vključeni prihodki od dostopa (ki vključujejo priključnine, naročnine oz. zakupnine), govornega prometa in SMS sporočil, prenosa podatkov in MMS sporočil)

	2004/2	2005/1	2005/2	2006/1	2006/2	2007/1	2007/2	2008/1	2008/2	2009/1	2009/2	2010/1	2010/2	2011/1	2011/2
Telekom Slovenije	82,8	83,4	83,4	82,9	81,7	78,4	76,6	72,2	67,8	65,8	64,4	63,0	64,1	61,7	57,4
Si.mobil	14,1	13,9	14,1	15,8	18,3	21,6	23,2	23,8	25,2	25,3	25,2	26,5	26,0	28,1	32,1
Tušmobil							0,2	4,0	6,8	8,4	9,8	9,8	9,1	9,2	9,6
T-2								0,0	0,2	0,5	0,6	0,8	0,8	1,0	0,9
WWI	3,0	2,7	2,4	1,3											
Skupaj	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Vir: APEK, 2012

Slika 11: Skupni prihodki (veleprodaja) - ponudba samemu sebi v odstotkih (med navedene prihodke so vključeni prihodki od dostopa (ki vključujejo priključnine, naročnine oz. zakupnine), govornega prometa in SMS sporočil, prenosa podatkov in MMS sporočil)



Vir: APEK, 2012

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. Tudi v tem primeru, ko obravnavamo zgolj ponudbo samemu sebi, pridemo do povsem enakih ugotovitev, kot pri obravnavi tržnih deležev prihodkov, ki je poleg ponudbe samemu sebi vključevala tudi ponudbo ponudnikom storitev in nacionalno gostovanje. Konstanten trend prerazporejanja tržnih deležev namreč kaže, da se trg nagiba k učinkoviti konkurenci.

Poleg ugotovljenega očitnega in stalnega trenda prerazporejanja vseh opazovanih tržnih deležev, ki kažejo na nagibanje k učinkoviti konkurenci, oziroma njeno prisotnost na tem

veleprodajnem upoštevnom trgu, pa je treba dogajanje v zvezi s slednjimi opazovati tudi ob upoštevanju ostalih dejstev, ki imajo na kvantitativno interpretacijo še dodaten vpliv, ki dodatno potrjuje, da se, glede na kriterij tržnih deležev, predmetni upoštevni trg nagiba k učinkoviti konkurenci.

Prihod novih infrastrukturnih operaterjev pomeni veliko neposredno grožnjo. Tak negativen vpliv absolutno zmanjša, oziroma celo povsem izniči, zgolj obstoj konkurenčnih razmer na trgu, kar pomeni, da je na trgu več kot le en operater, ki lahko in tudi dejansko ponuja veleprodajno storitev dostopa do svojega mobilnega omrežja. V tem primeru noben od teh infrastrukturnih operaterjev tudi svojega položaja ne bo izkoristil v smislu postavljanja nekonkurenčnih pogojev, saj bi operater, ki tak dostop uporablja, ali ga želi uporabljati, utegnil takšno ravnanje kaznovati s tem, da bi po enake storitve odšel h konkurenčnemu operaterju. 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.

Dosedanje ugotovitve so pokazale, da sta v Sloveniji trenutno najmanj dva infrastrukturna mobilna operaterja, ki lahko in tudi v praksi nudita dostop do svojega javnega mobilnega telefonskega omrežja. Pri tem je pomemben tudi podatek, ki vsekakor kaže na prisotnost učinkovite konkurence na tem upoštevnom trgu, da se je družba T-2 uspela pod povsem konkurenčnimi komercialnimi pogoji dogovoriti za prehod iz mobilnega omrežja Telekom Slovenije (ki je v danem trenutku na tem trgu še vedno reguliran operater) na mobilno omrežje družbe Si.mobil, za uporabo veleprodajnih storitev nacionalnega gostovanja. Na drugi strani, kot bomo podrobneje obravnavali v poglavju »Potencialna konkurenca«, se je tudi Tušmobil dogovoril o nudenju dostopa do lastnega javnega mobilnega telefonskega omrežja, za dostop z operaterjem Telemach, kar pomeni, da se je njegov vpliv na ta upoštevni trg v vmesnem času izjemno povečal. Glede na dejstvo, da obstajajo trije operaterji, ki na tem veleprodajnem upoštevnom trgu že delujejo (Telekom Slovenije, Si.mobil in Tušmobil), je treba ugotoviti, da se trg, tudi ob upoštevanju stalnega razporejanja obravnavanih tržnih deležev, nagiba k učinkoviti konkurenci, oziroma je že konkurenčen. V predhodni analizi iz leta 2009 je Agencija obravnavala operaterja Si.mobil, kot potencialnega operaterja, ki bi dostop, kot infrastrukturni operater teoretično lahko nudil, vendar je zaključila, da se je takrat srečeval z ovirami, zaradi katerih na veleprodajnem trgu še ni mogel nuditi enakovrednih storitev dostopa do svojega mobilnega omrežja in klicev iz tega omrežja, kot jih je takrat lahko nudila družba Telekom Slovenije, zato v tistem obdobju tudi prisotnost družbe Si.mobil na trgu ni spremenila dejstva, da učinkovite konkurence na predmetnem veleprodajnem trgu ni bilo. Kot je bilo pokazano že v poglavju 6.1.1.1., je družba Si.mobil svoje mobilno omrežje v vmesnem času občutno nadgradila, do te mere, da je v aprilu 2012 lahko tudi operativno ponudila dostop v obliki nacionalnega gostovanja družbi T-2 na ozemlju celotne Slovenije.

Glede na povedano Agencija ugotavlja, da je tudi z vidika obravnavanega kriterija očitno, da je struktura predmetnega veleprodajnega trga takšna, da kaže nagibanje k učinkoviti konkurenci, oziroma njeno prisotnost.

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 lahko 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 na trenutne razvitosti mobilnih omrežij, bi lahko v zvezi z veleprodajnimi cenami govorili o relativno podobni stroškovni strukturi omrežij Telekoma Slovenije, Si.mobila in Tušmobila, predvsem iz vidika primerljivosti omrežij po tehnologijah, uporabljenih frekvenčnih spektrih, pokritosti prebivalstva, ozemlja in po storitvah, ki jih družbe preko teh omrežij ponujajo. V absolutnih številkah promet vsem operaterjem raste, tako na originaciji, kot tudi na terminaciji, kar dodatno vpliva na stroške posameznega omrežja in posledično tudi stroške za opravljanje posameznih veleprodajnih storitev. Med omrežji navedenih družb je bilo zgoraj pokazano tudi zmanjševanje razlik v smislu tržnih deležev (posledično približajočih ekonomij obsega, glede na posamični omrežji), pri čemer pa še vedno Tušmobil dosega manjše ekonomije obsega.

Kljub navedenemu, pa dejstvo, da je aprila 2012 T-2 pričel uporabljati dostop za nacionalno gostovanje pri Si.mobilu in da je tudi Tušmobil v juniju 2012 uspešno zaključil pogajanja za nudenje dostopa Telemachu, je mogoče zaključiti, da so tako Telekom Slovenije, Si.mobil in Tušmobil na trgu sposobni oblikovati konkurenčne veleprodajne cene dostopa in celotne pogoje dostopa na način, ki kaže, da se cenovni trendi in cenovna politika nagibajo k učinkoviti konkurenci, oziroma njen obstoj potrjujejo. Pri tem je treba poudariti, da so trenutno oblikovane veleprodajne cene dostopa operaterja *ex ante* regulirane, kar pomeni, da tudi konkurenčne veleprodajne cene drugih operaterjev ponudnikov v Sloveniji niso previsoke, saj se operaterji odločajo za dostop do njihovih omrežij, oziroma se o njem pogajajo, kar pomeni, da so postavljene na konkurenčno in ustrezno raven. Morebitni novi vstopniki na predmetni upoštevni trg in obstoječi uporabniki dostopa na predmetnem upoštevni trgu se lahko tudi ob odsotnosti predhodne regulacije upravičeno nadejajo, da bodo vsi operaterji, ki bodo na tem trgu ponujali veleprodajni dostop, tudi v prihodnje oblikovali konkurenčne cene in se trudili povpraševalce privabiti na svoje omrežje. Dejstvo, da je na trgu prisotnih več operaterjev, ki dostop aktivno ponujajo, odpravlja možnost oblikovanja cen in cenovnih politik, ki bi konkurenco ovirale, temveč ima ravno nasprotni učinek, saj med ponudniki dostopa ustvarja ustrezno tekmovalnost, torej konkurenco. Namreč, 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 ali bi bile nekonkurenčne, saj bi s tem škodo, zaradi izpada veleprodajnih prihodkov ob prehodu povpraševalcev k bolj konkurenčnim operaterjem, povzročal prav sebi.

V zadnji analizi predmetnega upoštevne trga je Agencija pri istem kriteriju zapisala, 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. Na podlagi sedanjih ugotovitev lahko zaključimo, da so tako razviti operaterji v Sloveniji trije; Telekom Slovenije, Si.mobil in Tušmobil. Dejstvo,

da Tušmobil, ob upoštevanju pokritosti prebivalstva in ozemlja, ki jih dosega³³, še vedno uporablja nacionalno gostovanje pri Telekomu Slovenije na določenih delih Slovenije, ne izključuje možnosti, da bi tudi brez nacionalnega gostovanja lahko na maloprodajnem in veleprodajnem trgu ponujal storitve samostojno, na kar kaže tudi dogovor s Telemachom o dostopu do Tušmobilovega mobilnega omrežja. Glede na navedeno, za dostop, ki ga Tušmobil še vedno uporablja pri družbi Telekom Slovenije ni več nujno, da je zagotavljan pod reguliranimi pogoji. Na mestih, kjer Tušmobil še vedno čuti interes po dostopu do omrežja Telekoma Slovenije, je glede na njegovo razvitost povsem primerna komercialna oblika dostopa, bodisi s Telekomom Slovenije, bodisi s Si.mobilom. Agencija je že v preizkusu prvega merila navedla določila 7. člena ZEKom, ki omogočajo skupna vlaganja in delitev infrastrukture ter navedla tudi, da slovenski mobilni operaterji tudi sicer prakticirajo delitev lokacij med sabo. Agencija to prakso tudi sama ves čas spodbuja in nagovarja mobilne operaterje, naj se te oblike sodelovanja čim bolj poslužujejo. Tak način še dodatno zmanjša potrebo, sicer že zelo razvitih mobilnih operaterjev, po nacionalnem gostovanju, vsekakor pa za tako razvite infrastrukturne operaterje nikakor ne opravičuje regulirane oblike dostopa na tem upoštevnem trgu.

Slednje omogoča operaterjem na tem trgu tudi oblikovanje konkurenčnih in stroškovnih veleprodajnih cen dostopa, kar se v končni fazi pozitivno odrazi tudi v možnosti operaterjev in ponudnikov storitev, ki tak dostop uporabljajo, da na maloprodajnih trgih oblikujejo konkurenčne ponudbe.

Glede na navedeno Agencija ugotavlja, da je tudi z vidika cenovnih trendov in cenovne politike struktura predmetnega upoštevnega trga pokazala, da se nagiba k učinkoviti konkurenci, oziroma, da je že konkurenčen.

6.2.3. Potencialna konkurenca

Pri ocenjevanju, ali se upošteveni trg nagiba k učinkoviti konkurenci v določenem časovnem okviru, Agencija preverja tudi pomemben kriterij obstoja potencialne konkurence.

Stopnja potencialne konkurence je odvisna od možnosti vstopa novih operaterjev na trg, oziroma možnosti, da obstoječi operaterji na trgu pričnejo nuditi enake storitve in pričnejo s tem na predmetnem trgu konkurirati obstoječim ponudnikom. Grožnja vstopa potencialnega konkurenta, ki je lahko bodisi nov vstopnik na predmetni upošteveni trg, bodisi obstoječi ponudnik, ki bi na predmetnem upoštevnem trgu pričel ponujati enakovredne storitve, lahko prepreči obstoječim operaterjem na relevantnem upoštevnem trgu, da bi zaradi svoje pomembne tržne moči dvignili cene storitev nad konkurenčni nivo, ali drugače omejevali dostopnost storitev. V tem primeru deluje grožnja potencialne konkurence tako, da slabi, oziroma celo izniči možnosti ohranjanja visokih cen in omejevanja storitev, ki bi bile sicer uveljavljene na manj konkurenčnem trgu.

V kolikor na določenem upoštevnem trgu obstajajo visoke in stalne vstopne ovire, je vpliv potencialne konkurence zelo oslavljen, ali pa ga celo ni. Zato je v primeru obstoja visokih in nepremostljivih ovir treba te znižati, oziroma odstraniti, saj bi v nasprotnem primeru ohranjanje stanja, ko *ex ante* regulacija ob prisotnosti teh okoliščin ne bi bila prisotna, to lahko 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. Agencija je v okviru preizkusa prvega merila v poglavju 6.1. tega dokumenta že dokazala, da na predmetnem trgu visoke in stalne ovire za vstop na trg

³³ Glej poglavje 6.1.1.1.

niso prisotne, kar posledično pomeni tudi, da je na istem upoštevem trgu vpliv potencialne konkurence v smislu vzpostavljanja konkurenčnih razmer omogočen.

Poleg tega je treba v okviru drugega kriterija ob ugotovljenih lastnosti upoštevnega trga (kot so dinamika trga, konvergentnost in število operaterjev na njem), ki ocenjujejo upravičenost predhodne regulacije, preučiti tudi možnosti, ki glede na ugotovljen neobstoj vstopnih ovir kažejo na nagibanje trga k učinkoviti konkurenci. V okviru ocene, ali na določenem upoštevem 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). Obstoj vstopnih ovir namreč slabi 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 upoštevem trgu ne obstajajo, kar tudi v tem primeru posledično dokazuje obstoj in zelo pomemben vpliv potencialne konkurence na predmetnem upoštevem trgu in nagibanje, ali obstoj učinkovite konkurence ter neprimernost predhodnega urejanja tega veleprodajnega trga. Odsotnost visokih in stalnih vstopnih ovir je Agencija podrobneje dokazala in opisala v preizkusu prvega merila, dinamiko trga pa tudi v zgornjih kriterijih drugega merila.

V predhodni analizi predmetnega upoštevnega trga je Agencija navedla, da operater Si.mobil takratnima novima vstopnikoma, Tušmobilu in T-2, ni ponudil enakovrednega dostopa do lastnega omrežja, kot je to pod reguliranimi pogoji storil Telekom Slovenije. Agencija je takrat navedla, da bi bilo to s strani operaterja Si.mobil v razmerah učinkovite konkurence na predmetnem upoštevem trgu pričakovati. Agencija je v omenjeni analizi leta 2009 hkrati ugotovila, da so na strani Si.mobila za takšno ravnanje takrat obstajale objektivne omejitve, ki so temeljile predvsem na tedaj obstoječih omejitvah razvitosti in kapacitet mobilnega omrežja Si.mobil in ugotovila tudi, da slednje kaže, da tedanja stopnja v razvoju trga še ni bila takšna, da bi kazala na nagibanje k učinkoviti konkurenci. Obenem je ugotovila, da bi v razmerah učinkovite konkurence medoperaterski dostop novima vstopnikoma želela pod čim bolj konkurenčnimi pogoji ponujati oba obstoječa infrastrukturalna operaterja, saj bi v prihodnosti 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. Le v primeru, ko bi infrastrukturalna razvita operaterja konkurenčno nastopila v zvezi s ponujanjem storitev medoperaterskega dostopa novemu ali obstoječemu alternativnemu operaterju, bi lahko govorili o zadostnem konkurenčnem nivoju. Agencija je ugotovila, da se takrat to ni zgodilo.

V obdobju predhodne analize predmetnega upoštevnega trga leta 2009, je igralo pomembno vlogo tudi dejstvo, da sta takrat na trg šele vstopila dva nova infrastrukturalna mobilna operaterja. Takratna situacija je pomenila, da so na trgu štirje mobilni infrastrukturalni operaterji, od katerih je lahko le en ponujal ustrezen dostop na predmetnem upoštevem trgu, dva pa sta bila od takšnega dostopa povsem odvisna, saj sta svoji mobilni omrežji šele začela graditi. Od možnosti in pogojev dostopa do edinega možnega ponudnika je bil tako v celoti odvisen tudi njun obstoj na trgu, ki bi mu v odsotnosti zagotovitve dostopa in odhodu novih vstopnikov iz trga lahko sledilo popolno zaprtje (t.i. *foreclosure*).

Kot je ugotovila že v analizi leta 2009, ugotavlja Agencija tudi na tem mestu, da na stopnjo konkurenčnosti trga zelo vpliva število operaterjev, ki na njem delujejo, vendar morajo biti ti v možnostih delovanja med sabo v zadostni meri primerljivi. 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. Glede na to, da se je položaj infrastrukturalnih operaterjev v Sloveniji v obdobju od zadnje analize leta 2009 do sedaj bistveno spremenil, je treba ugotoviti, da je ta trenutek za nastanek protikonkurenčnih ravnanj bistveno več ovir. Namreč, v tem obdobju je operater Si.mobil dosegel stopnjo razvoja, ko lahko (in tudi dejansko)

ponuja povsem enakovredno storitev dostopa na predmetnem upoštevnom trgu, pod povsem komercialnimi in konkurenčnimi pogoji.

Obenem je tudi operater Tušmobil dosegel stopnjo razvoja svojega omrežja, ki mu omogoča zelo neodvisno delovanje, saj z lastnim mobilnim omrežjem dosega pokritost prebivalstva in ozemlja, ki je primerljiva s pokritostjo prebivalstva in ozemlja mobilnega omrežja družbe Telekom Slovenije, v veliki meri tudi Si.mobila in je celo večja od pokritosti prebivalstva in ozemlja omrežja Si.mobil v letu 2009, ko je ta povsem samostojno, brez uporabe dostopa pri drugih operaterjih ponujal konkurenčne storitve uporabnikom na mobilnih maloprodajnih trgih. Stopnja razvoja omrežja Tušmobil, kot sledi iz podatkov za leto 2012³⁴, omogoča operaterju Tušmobil takšno stopnjo samostojnosti, da lahko na trgu s konkurenčnimi in primerljivimi storitvami deluje tudi ob odsotnosti predhodne regulacije. Poudariti je treba, da lahko v sedanjih okoliščinah družba Tušmobil, če želi zaradi zagotavljanja storitev svojim končnim uporabnikom na najvišji ravni dostopati do omrežij in njihovih kapacitet na delih, kjer meni, da sama ni sposobna v zadostni kvaliteti ponujati maloprodajnih storitev, do teh delov dostopa ne le pri mobilnem operaterju Telekom Slovenije, temveč tudi pri mobilnem operaterju Si.mobil. Prav tako ji je za zagotavljanje pokritosti na delih, kjer meni, da je njena lastna nezadostna, omogočeno dostopati do lokacij omrežij družb Telekom Slovenije in Si.mobil, saj si navedene družbe že sedaj omogočajo souporabo antenskih stolpov in pripadajoče opreme po sistemu recipročnosti. Poleg navedenega tudi določila 7. člena ZEKom vsem operaterjem, tako tudi družbi Tušmobil, omogočajo skupne investicije v izgradnjo omrežij, kar upoštevajoč trenutno stopnjo razvitosti lastnega mobilnega telefonskega omrežja družbe Tušmobil povsem odpravlja potrebo po regulirani obliki dostopa na predmetnem upoštevnom trgu in s tem potrebo po predhodnem (*ex ante*) urejanju tega trga, ter dokazuje pozitiven vpliv potencialne konkurence na predmetnem upoštevnom trgu.

Dodatna potrditev razvitosti omrežja Tušmobil je tudi dejstvo, da se Tušmobil že samostojno pogajal o tem, da bi na svojem mobilnem telefonskem omrežju omogočil dostop drugim operaterjem, ter ta pogajanja tudi uspešno zaključil z operaterjem Telemach. O tem so od konca leta 2011 in začetka leta 2012 obširneje poročali tudi mediji. V časniku Delo je bil 24.11.2011 objavljen članek z naslovom »*Telemach snuje vstop v mobilno telefonijo*«³⁵, kjer je med drugim zapisano: »/.../ po neuradnih informacijah, ki jih v tem operaterju niso ne potrdili ne zanikali, so blizu dogovora s Tušmobilom. Tudi **iz Tušmobila so odgovorili, da so morebitni pogovori poslovna skrivnost, dodali pa so, da je njihovo omrežje odprto za vse zainteresirane navidezne operaterje.**«³⁶

Časnik Dnevnik je v zvezi s dogovori o dostopu Telemacha do omrežja Tušmobila poročal dne 6.12.2011 v članku z naslovom »*Telemach tudi v mobilno telefonijo*«³⁷, kjer je direktor družbe Telemach, Marko Šter, v intervjuju na vprašanje, kdo bo Telemachu nudil dostop do mobilnega omrežja dejal: »*Glede na to, da ima T2 slabo pokritost, so možnosti le tri - Mobitel, Simobil ali Tušmobil. Ker ima prvi regulirano ponudbo, sta realna izbira Simobil ali Tušmobil. Partnerja, ki bo Telemachu zagotovil mobilno infrastrukturo, pa za zdaj še ne morem razkriti, saj razgovori še potekajo. Lahko pa povem le, da ima kakovostno omrežje z najnovejšo opremo, ki lahko zagotovi najboljšo penetracijo oziroma pokritost. Gre tudi za mobilno omrežje z dovolj kapacitetami, kar zna na koncu pretehtati.*«³⁸

³⁴ Glej odstotke pokritosti posameznih mobilnih omrežij v poglavju 6.1.1.1.

³⁵ <http://www.delo.si/gospodarstvo/podjetja/telemach-snuje-vstop-v-mobilno-telefonijo.html>, dostop na dan 30.5.2012

³⁶ Označil in podčrtal avtor analize.

³⁷ http://www.dnevnik.si/tiskane_izdaje/dnevnik/1042493111, dostop na dan 30.5.2012

³⁸ Obliko dostopa, ki bi jo uporabljala družba Telemach podaja naslednji odgovor Marka Štera v istem intervjuju: »*Telemach bo virtualni mobilni operater in bo storitev ponujal pod lastno blagovno znamko. Storitve, trženje, izdajanje računov, vse bomo delali sami.*«

Na podlagi navedenega lahko ugotovimo pomembno dejstvo, da tudi povpraševalci na predmetnem upoštevem trgu že nekaj časa vidijo tri potencialne ponudnike dostopa do svojih javnih mobilnih telefonskih omrežij, ki jim lahko ponudijo ustrezno veleprodajno storitev, med njimi tudi Tušmobil in ne le Telekom Slovenije ter Si.mobil, prav tako pa se med ponudniki veleprodajnega dostopa vidi tudi Tušmobil, ki od junija 2012 tak veleprodajni dostop tudi operativno že ponuja Telemachu.

Mediji so o navedeni temi poročali še večkrat³⁹, dogovorov družba Tušmobil ni nikoli zanikala, temveč je razen tega, da je dejala, da so morebitni pogovori poslovna skrivnost, kar je v poslovnem svetu povsem razumljivo, izjavila tudi, da je njihovo omrežje odprto za vse navidezne operaterje, kar ne glede na dejansko sklenitev ali ne-sklenitev dostopa z družbo Telemach pomeni, da tudi sami ocenjujejo razvitost lastnega mobilnega omrežja na stopnji, ko lahko na veleprodajnem trgu omogočajo konkurenčen dostop in se vidijo kot ponudnika na predmetnem veleprodajnem trgu. Na tem mestu je treba poudariti, da je tehnično gledano dostop v obliki MVNO povsem ekvivalenten dostopu v obliki nacionalnega gostovanja in po zahtevnosti tehnično bolj kompleksen od dostopa za ponudnike storitev / preprodajalce. Slednje torej pomeni, da bi lahko družba Tušmobil, tako kot dostop v obliki MVNO, nudila tudi v omenjenih dveh, od treh oblik dostopa za druge operaterje, kot so bile definirane na predmetnem upoštevem trgu v poglavju 5. tega dokumenta.

Pomembnost *ex ante* regulacije je Agencija že v analizi 2009 predvidevala prav v obdobju, ko se je pričakovalo, da bosta nova vstopnika šele razvila lastno omrežno infrastrukturo na raven, da bosta lahko svojim končnim uporabnikom storitve zagotavljala neodvisno, kjer je med drugim zapisala tudi, da je to obdobje pa prav obdobje, ki ga je takratna analiza vnaprej zajemala, to je obdobje dveh ali treh let, torej predvidoma prav do leta 2012. Do takrat je Agencija predvidevala razvitost omrežji do primerljive stopnje, s čemer je ustvarjena takšna struktura trga, ki bi jo lahko okarakterizirali kot konkurenčno.

Mobilni operater T-2 je vse od vstopa na trg lastno mobilno telefonsko omrežje gradil bistveno počasneje. V letu 2009 je tako poročal o pokritosti svojega mobilnega omrežja, ki je znašala 35% prebivalstva in zgolj 7,4% ozemlja Slovenije. Podatki o pokritosti mobilnega omrežja T-2 na dan 1.4.2012 kažejo, da v vmesnem obdobju ni povečal pokritosti prebivalstva, temveč je z gradnjo povečal le pokritost ozemlja, in sicer na 20%. T-2 je od junija 2008, ko je komercialno vstopil na trg, do danes dosegel tako omejeno stopnjo razvoja lastnega omrežja izključno zaradi nizkih investicij v lastno omrežje in ne zaradi morebitnih drugih vplivov. Ves čas od vstopa na trg je T-2 na predmetnem upoštevem trgu deloval v okoliščinah, ko je bila na trgu prisotna *ex ante* regulacija, ki je učinkovito zagotavljala konkurenčne pogoje, regulirano obliko dostopa pa mu je do aprila 2012 zagotavljal Telekom Slovenije. Trenutna stopnja razvitosti mobilnega omrežja T-2, slednjemu vsekakor ne omogoča, da bi na maloprodajnih trgih deloval izključno preko lastnega mobilnega omrežja in za svoje delovanje potrebuje dostop do enega od razvitih mobilnih omrežij v Sloveniji. Kot je Agencija že navedla, je T-2 od svojega prihoda na trg, storitve dostopa v obliki nacionalnega gostovanja uporabljal pri družbi Telekom Slovenije pod reguliranimi pogoji, saj je na tem upoštevem trgu Telekom Slovenije OPTM. Z aprilom 2012, je operater T-2 pričel uporabljati storitve dostopa do mobilnega omrežja v obliki nacionalnega gostovanja pri družbi Si.mobil, pri čemer je bila v danem času družba Telekom Slovenije na predmetnem upoštevem trgu še vedno OPTM in regulirana, družba Si.mobil pa ne. T-2 in Si.mobil sta torej dosegla dogovor o enakovrednih veleprodajnih storitvah, ki jih je T-2 prej nabavljal pri še vedno reguliranem operaterju, na povsem komercialni osnovi. Na povsem komercialni osnovi pa je bil dosežen tudi dogovor o dostopu med Tušmobilom in Telemachom. Navedeno vsekakor kaže, da je na predmetnem upoštevem trgu prisotna učinkovita konkurenca, saj v njeni

³⁹ Glej npr.: http://www.dnevnik.si/tiskane_izdaje/dnevnik/1042507510, <http://www.delo.si/gospodarstvo/podjetja/amis-v-mobilno-telefonijo.html/>, dostop na dan 30.5.2012

odsotnosti takšni dogovori ne bi bili mogoči. Vpliv in obstoj potencialne konkurence se je pokazal takoj, ko je Si.mobil uspel doseči takšno stopnjo razvitosti omrežja, da je lahko na predmetnem upoštevem trgu ponudil enakovredne veleprodajne storitve.

Agencija zaključuje, da zgoraj navedene ugotovitve povsem odpravljajo tozadevne razloge za predhodno urejanje, saj dokazujejo obstoj potencialne in tudi že dejansko obstoječe konkurence na predmetnem upoštevem trgu ter njen pozitiven vpliv.

Navedena dejstva v okviru presoje kriterija obstoja potencialne konkurence kažejo na strukturo medoperaterskega trga, ki se nagiba k učinkoviti konkurenci v določenem časovnem okviru, oziroma se je v obdobju od predhodne analize leta 2009 že nagnila k učinkoviti konkurenci, ta trend pa se z nadaljnjim dodatnim razvojem tretjega vstopnika, operaterja Tušmobil, še nadaljuje.

Cilj predhodne regulacije na predmetnem upoštevem trgu v prehodnem obdobju, za vzpostavitev pogojev za razvoj trga v smeri krepitve konkurenčnosti, ki naj v končni posledici zagotovitvi konkurenčne veleprodajne storitve dostopa, je bil od predhodne analize leta 2009, pa do danes, dosežen, zato ni razloga in izpolnjenih nujnih pogojev za *ex ante* urejanje tega trga.

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

Agencija je pričujoči kriterij že opisala v preizkusu prvega merila, v poglavju 6.1.1.1., zato na tem mestu napotuje na omenjeno poglavje, kjer je bil omenjeni podkriterij opisan tudi z vidika, ki kaže, da se struktura predmetnega upoštevnega trga nagiba k učinkoviti konkurenci, oziroma na obstoj učinkovite konkurence na tem upoštevem trgu.

6.2.5. Raznolikost storitev in produktov

Agencija je pričujoči kriterij že opisala v preizkusu prvega merila, v poglavju 6.1.1.7., zato na tem mestu napotuje na omenjeno poglavje, kjer je bil omenjeni podkriterij opisan tudi z vidika, ki kaže, da se struktura predmetnega upoštevnega trga nagiba k učinkoviti konkurenci, oziroma na obstoj učinkovite konkurence na tem upoštevem trgu.

6.2.6. Ovire za širitev

Agencija je pričujoči kriterij že opisala v preizkusu prvega merila, v poglavju 6.1.1.6., zato na tem mestu napotuje na omenjeno poglavje, kjer je bil omenjeni podkriterij opisan tudi z vidika, ki kaže, da se struktura predmetnega upoštevnega trga nagiba k učinkoviti konkurenci, oziroma na obstoj učinkovite konkurence na tem upoštevem trgu.

Agencija na podlagi izvedbe preizkusa drugega merila: »Struktura trga, ki se ne nagiba k učinkoviti konkurenci v ustreznem časovnem obdobju« ugotavlja, da na predmetnem upoštevem trgu na podlagi prerazporejanja analiziranih tržnih deležev, cenovnih trendov, obstoja potencialne konkurence, možnosti podvojevanja infrastrukture, raznolikosti storitev in produktov ter ovir za širitev ni pokazateljev, ki bi potrdili, da se slednji v ustreznem časovnem obdobju ne nagiba k učinkoviti

konkurenci, temveč je obravnava navedenih kriterijev pokazala na obstoj učinkovite konkurence.

Na podlagi zgoraj navedenega Agencija ugotavlja, da tudi drugi od treh kumulativnih meril ni izpolnjen, zato predhodno (*ex-ante*) urejanje tega upoštevnega trga ni mogoče.

Kljub temu, da je preizkus treh meril kumulativne narave, kar pomeni, da že neizpolnjevanje enega od treh meril *a priori* pomeni, da tega trga ni mogoče predhodno (*ex ante*) urejati, bo Agencija v nadaljevanju izvedla še preizkus tretjega merila, z namenom, da dodatno potrdi svoje ugotovitve, čeprav sta do sedaj tako preizkus prvega, kot tudi drugega merila pokazala, da predmetnega upoštevnega trga ni več mogoče predhodno urejati.

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

Okvirna Direktiva v recitalu 27 določa, da je nujna prisotnost ukrepov predhodne (*ex ante*) regulacije na trgih, kjer ni učinkovite konkurence, torej na trgih, kjer dokazano obstaja 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. Agencija je v poglavjih 6.1. in 6.2. sicer že dokazala, da prvo in drugo merilo nista izpolnjeni.

Ukrepi splošnega 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) 1483⁴⁰ 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 zaprosila za potrditev svojih ugotovitev. UVK je Agencijo obvestil⁴¹, da ne nasprotuje njenim ugotovitvam v analizi, ki na podlagi preizkusa treh meril ugotavlja, da upoštevnega trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, ni več treba

⁴⁰ 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 (dostop na dan 26.5.2008)

⁴¹ Glej poglavje 3.3.

predhodno urejati in tako potrjuje tudi zaključke preizkusa tretjega merila v smislu, da *ex post* konkurenčno pravo zadošča za nadaljnje urejanje konkurenčnih razmer na trgu dostopa do javnih mobilnih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij.

Uporaba zgolj splošnega konkurenčnega prava lahko v odsotnosti učinkovite konkurence na posameznem upoštevnem trgu predstavlja določene 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 infrastrukturna konkurenca omrežij dejansko mogoča, regulacija operatorskega dostopa pa je potrebna le v prehodnem obdobju, v času vzpostavljanja alternativnih omrežij. Glede na vse dosedanje navedbe v danih okoliščinah na predmetnem upoštevnem trgu niso izpolnjeni nujni pogoji za *ex ante* regulacijo, temveč zadostuje *ex post* urejanje trga, saj ob prisotnosti tolikšnega števila ponudnikov na predmetnem veleprodajnem trgu ni takšne verjetnosti po intervenciji *ex post* regulatorja, ki bi se srečal s takšnimi objektivnimi omejitvami glede nalaganja obveznosti dostopa, da bi te upravičile *ex ante* regulacijo.

Že dosedanje ugotovitve v pričujočem dokumentu so pokazale, da je prehodno obdobje, ko je bila predhodna regulacija predmetnega upoštevnega trga nujna, minilo, saj je obstoječa infrastrukturna konkurenca takšna, da morebitne omejitve splošnega konkurenčnega prava, ki je omejeno predvsem pri nalaganju dostopa, niso več prisotne, ker je dostop dokazano mogoče doseči pri več kot enem ponudniku veleprodajnega dostopa na zadevnem upoštevnem trgu.

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 potencialno nekonkurenčno obnašanje na trgu elektronskih komunikacij. Pri oceni naj po priporočilu Skupine evropskih regulatorjev upošteva predvsem naslednje faktorje:

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

6.3.1. Stopnja nekonkurenčnega obnašanja in težavnost njegovega odpravljanja

Na področjih, kjer resorna zakonodaja daje *ex post* 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 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.

Nevarnost slednjega, glede na ves dosedanje ugotovitve v pričujočem dokumentu, je minimalna, ali je celo izključena, saj operaterji na predmetnem veleprodajnem upoštevnem trgu dostopajo do mobilnih omrežij različnih infrastrukturnih operaterjev in se o dostopu do

mobilnih omrežjih pogajajo z več operaterji, ki lahko tak dostop zagotavljajo. Prav tako tudi glede na čas prisotnosti obstoječih mobilnih operaterjev in ponudnikov storitev mobilne telefonije v Republiki Sloveniji ter njihovo stopnjo razvoja ni nevarnosti uničevalnih in nepopravljivih posledic na trgu zaradi zavrnitve veleprodajnega dostopa do mobilnega omrežja, saj bi morale takšno zavrnitev v trenutnih okoliščinah izvesti več operaterjev, ki tak veleprodajni dostop ponujajo, kar je glede na nedavne primere odobritve dostopa in pogajanj o njem na podlagi povsem komercialnih dogovorov malo verjetno, saj bi morala takšna skupna zavrnitev dostopa temeljiti na usklajenem delovanju vseh operaterjev, ki lahko tak dostop ponudijo. Upoštevajoč dejstvo, da na trgu ni več zgolj en operater, ki lahko ponudi ustrezen veleprodajni dostop do svojega mobilnega omrežja, je takšna stopnja usklajenega nekonkurenčnega obnašanja praktično izključena, saj so si operaterji na tem veleprodajnem trgu postali konkurenti, ki se trudijo povpraševalcem na tem trgu ponuditi čim bolj konkurenčne celostne pogoje glede na njihove želje in potrebe. Ob takšnem konkuriranju je tudi izključeno, da bi se povpraševalci na tem upoštevnem veleprodajnem trgu srečevali pri ponudnikih s takšnimi cenami, ki bi bile znatno nad stroški in previsoke. Tudi Skupina evropskih regulatorjev meni, da je samo konkurenčno pravo v določenih primerih neučinkovito samo takrat, ko je na trgu zaznati obstoj previsokih cen, postavljenih s strani operaterja s prevladujočim položajem. Prav to možnost pa je zaradi obstoja konkurence med ponudniki na predmetnem veleprodajnem trgu mogoče izključiti.

Iz tega vidika je malo verjetno pričakovati, da bi *ex post* regulator moral intervenirati na predmetnem upoštevnem trgu, še manj pa, da bi njegova morebiti potrebna intervencija ne mogla biti povsem zadostna. Tudi v odsotnosti *ex ante* regulacije bo Agencija razmere na predmetnem upoštevnem trgu še vedno spremljala in prav tako zbirala tudi ustrezne kvalitativne in kvantitativne podatke s strani akterjev na trgu. Ob morebitni ugotovitvi obstoja nekonkurenčnega obnašanja na trgu, bi lahko pozvala *ex post* regulatorja k pravočasnemu odzivu in mu hkrati ves čas nudila strokovno pomoč, kar bi vsekakor omogočilo učinkovit in pravočasen odziv na razmere na trgu.

Na predmetnem upoštevnem trgu se je v obdobju od predhodno izvedene analize pokazalo tudi, da ta ne potrebuje redne ali pogoste intervencije. Tudi to je pomemben pokazatelj, da lahko ukrepi splošnega konkurenčnega prava na tem upoštevnem trgu povsem zadostujejo ter da *ex ante* regulacija, kot skrajna oblika urejanja trgov, v primeru tega trga nikakor ni ustrezna.

Navedeno kaže, da bi bila nadaljnja *ex ante* regulacija ob sedanjih razmerah na predmetnem upoštevnem trgu, kjer ni zaznati nekonkurenčnega obnašanja, temveč zdravo medoperatersko tekmovalnost, nesorazmerna in bi imela nasprotni, torej negativni učinek, saj vsem operaterjem, ki na tem medoperaterskem veleprodajnem trgu ponujajo dostop ali se v zvezi z njim pogajajo, ne bi omogočala delovanja v istih okoliščinah in pod istimi pogoji, kar bi stopnjo konkurenčnosti trga zgolj zaviralo, ne pa je vzpodbujalo. Zato Agencija ugotavlja, da ocena kriterija stopnje nekonkurenčnega obnašanja in težavnost njegovega odpravljanja nikakor ne kaže na nikakršne anomalije na predmetnem upoštevnem trgu, saj nekonkurenčnega obnašanja na trgu ni zaznati, morebitne konkurenčne probleme na tem trgu pa bi bilo v prihodnje mogoče, za nadaljnje zagotavljanje konkurence, povsem ustrezno in učinkovito urejati z ukrepi splošnega konkurenčnega prava, torej *ex post*.

6.3.2. Nekonkurenčno 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. Običajno lahko prevladujoči operater ravna v smeri zvišanja ovir za vstop z namenom omejevanja možnosti konkurentov, da bi ti uspešno delovali na trgu. Agencija je že v okviru preizkusa prvega merila pokazala, da vstopne ovire ne obstajajo.

V kolikor so upravičeni in nujni, imajo lahko ukrepi *ex ante* regulacije na določenem upoštevnom trgu pozitivne učinke tudi na druge povezane trge, torej posledično tudi na trge, ki sicer niso predmet predhodnega urejanja (denimo maloprodajni trg), slednje pa je v korist tako učinkoviti konkurenci na predmetnem medoperaterskem trgu, kot tudi končnim uporabnikom. V primeru, da bi bil na trgu prevladujoč operater z omejevanjem, oziroma 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. Takšne prakse bi lahko imele na trg in končne uporabnike dolgoročne in nepopravljive posledice, saj se na trgu ne bi vzpostavila konkurenčna struktura več operaterjev, temveč bi se lahko ohranil omrežni monopol.

Vse dosedanje ugotovitve Agencije v pričujočem dokumentu kažejo, da je v sedanjih okoliščinah zgoraj opisana možnost v Sloveniji, glede na število prisotnih ponudnikov na predmetnem veleprodajnem trgu, ki veleprodajno storitev dostopa nudijo, ali se v zvezi z njo pogajajo, izključena. Tudi kasnejša vstopnika na trg, Tušmobil in T-2, sta si na trgu zagotovila tak položaj, da je njuna izključitev ali izrinititev s trga praktično onemogočena. Tušmobilovo mobilno omrežje je zgrajeno do te mere, da mu omogoča znatno mero samostojnosti, pri čemer se je tudi sam uspešno in povsem komercialno izpogajal s povpraševalci po veleprodajnem dostopu do njegovega mobilnega omrežja. Na drugi strani je tudi T-2 uspel pod povsem komercialnimi pogoji iskopajati ustrezen dostop pri Si.mobilu in prenehal uporabljati regulirano obliko dostopa pri družbi Telekom Slovenije. Vsi operaterji so si tudi s svojim trenutnim statusom v zvezi z dostopom do omrežij (bodisi lastnih, ali drugih) uspeli zagotoviti takšen položaj, da jim omogoča konkurenčno delovanje tudi na povezanih trgih. Dokazana konkurenca na predmetnem upoštevnom trgu bo slednje v prihodnosti le še okrepila, saj tudi prerazporejanje tržnih deležev končnih uporabnikov na maloprodajnem trgu kaže, da se njihov položaj s konvergiranjem tržnih deležev krepi, kar posledično pomeni, da se s tem bistveno zmanjšuje možnost, ko bi lahko eden na drugega uspešno izvajali cenovne pritiske, ki bi bili v neskladju s pravili konkurence. Na drugi strani pa je treba ugotoviti, da tudi prisotnost *ex ante* regulacije na predmetnem upoštevnom veleprodajnem trgu ne more izključiti tovrstnih nekonkurenčnih ravnanj na povezanih maloprodajnih trgih. Spoštovanje konkurence na povezanih trgih, tudi maloprodajnih, je lahko v bistveno večji meri, kot rezultat *ex ante* regulacije, posledica konkurenčnih razmer na predmetnem veleprodajnem trgu dostopa, ki temelji na ustreznih tržnih razmerah, če so zanje izpolnjeni ustrezni pogoji učinkovite konkurence. Dosedanji kriteriji so pokazali, da so v danem trenutku na predmetnem upoštevnom veleprodajnem trgu ti pogoji izpolnjeni, zato je upravičeno pričakovati, da se bo konkurenca brez vpliva *ex ante* regulacije ne zadevnem veleprodajnem trgu v prihodnje vedno bolj odražala tudi na povezanih maloprodajnih trgih.

Navedeno vsekakor kaže, da na predmetnem veleprodajnem upoštevnom trgu ni dokazov o obstoju nekonkurenčnega obnašanja, ki bi povzročalo nepopravljivo škodo na povezanih trgih, prav tako pa ga z nadaljnjim razvojem konkurence na istem trgu ni pričakovati niti v prihodnje, kar pomeni, da potreba po *ex ante* regulaciji ne obstaja in za morebitne potrebe bodočega urejanja trga tudi na podlagi tega kriterija v celoti zadošča uporaba *ex post* splošnega konkurenčnega prava.

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

Ex ante regulatorne obveznosti veljajo za bolj učinkovite od ukrepov splošnega konkurenčnega prava predvsem v tistih primerih, ki jih določa 8. člen Okvirne direktive, torej med drugim posebej glede zagotavljanja konkurence na trgih, kjer se takšna potreba izkaže, varstva končnih uporabnikov in zagotavljanja ustreznih storitev, zagotavljanja preglednosti,

tudi ustreznih cen, skrbi za razvoj omrežij, itd. Velja tudi, da bi bili v primerih, kjer je možna podvojitev infrastrukture, ukrepi predhodne (*ex ante*) regulacije, ki upošteva tudi pospeševanje učinkovite konkurence, na dolgi rok namreč bolj učinkoviti kot samo *ex post* konkurenčno pravo.

Agencija ugotavlja, da je *ex ante* regulacija na predmetnem veleprodajnem upoštevnem trgu, kot jo je v preteklosti uveljavila na podlagi izvedenega preizkusa treh meril in izvedene analize leta 2009, dosegla svoj namen, prav v času, ki ga je Agencija v omenjeni analizi predvidela, torej v obdobju dveh do treh let. Ocena stanja in predlagani ter z regulatorno odločbo naloženi *ex ante* ukrepi, so v občutljivem obdobju v letu 2009, po takrat šele nedavnem vstopu dveh infrastrukturnih operaterjev, Tušmobila in T-2, preprečili izrinjanje slednjih s trga in nevarnost, da bi se trg dolgoročno zaprl.

V vmesnem času, ko so *ex ante* ukrepi in regulacija tega upoštevnega trga omogočili obstoj operaterjev, ki so za svoje delovanje potrebovali dostop do mobilne omrežne infrastrukture, je družba Si.mobil znatno izboljšala razvitost in kapacitete lastnega javnega mobilnega telefonskega omrežja in ga v aprilu 2012 že dala na razpolago enemu od povpraševalcev na tem upoštevnem trgu, družbi T-2. Hkrati je svoje mobilno omrežje intenzivno gradil in razvijal tudi Tušmobil, ki je dosegel takšno stopnjo samostojnosti, da je njegova hipotetična izrinitev s trga na podlagi omrežne infrastrukture postala nemogoča, saj bi na noben način ne dosegla učinka. Kot je bilo v pričujočem dokumentu navedeno že na več mestih, se je tudi Tušmobil že dogovoril o nujenju veleprodajnega dostopa preko lastnega mobilnega omrežja z operaterjem Telemach.

Tudi operaterji, ki bodo ves čas odvisni od dostopa do javnih mobilnih omrežij infrastrukturnih operaterjev zaradi oblike svojega delovanja (kot sta Debitel in Izimobil) ter v določenem obdobju, ki je odvisno predvsem od bodočih investicij in poslovnih načrtov tudi T-2, imajo danes glede na bolj razširjeno prisotnost ponudnikov storitev na predmetnem veleprodajnem upoštevnem trgu, bistveno boljša izhodišča za doseganje komercialnih in tehničnih pogojev dostopa, današnja konkurenca na predmetnem veleprodajnem upoštevnem trgu, ki je v letu 2009 še ni bilo, pa jim hkrati zagotavlja, da jim operater, pri katerem nabavljajo veleprodajne storitve, ne bo mogel zavrniti dostopa ali postavljati nekonkurenčnih pogojev, saj jim prav prisotnost drugih veleprodajnih ponudnikov na tem trgu predstavlja možnost izvajanja izravnalne kupne moči – v takšnem primeru bi lahko veleprodajne storitve pričeli kupovati pri drugem ponudniku.

Navedeno kaže na primer uspešne *ex ante* regulacije v času, ko je bila nujna in tudi na dejstvo, da je v celoti dosegla zelene učinke, to je vzpostavitev dolgoročne učinkovite konkurence na trgu po prehodnem obdobju njenega učinkovanja. Po tem, ko je konkurenca na predmetnem upoštevnem trgu na dolgi rok vzpostavljena, pa upravičenosti *ex ante* regulacije ni več, zato je treba dolgoročne konkurenčne razmere vzdrževati na le še z vzvodi splošnega konkurenčnega prava.

Na predmetnem upoštevnem trgu lahko glede na zgornje ugotovitve vsekakor trdimo, da je stanje dolgoročne konkurence doseženo, kar obenem pomeni, da *ex ante* regulacija ni več primerna, temveč bi imelo njeno vztrajanje na trg in njegov nadaljnji razvoj negativne učinke. Na podlagi zgornjih navedb in ugotovitve, da je dosedanja *ex ante* regulacija že dosegla zelene učinke in je, kot posledica njenega dosedanjega delovanja na predmetnem upoštevnem trgu, zagotovljena konkurenca na dolgi rok, ki več ne zahteva in ne upravičuje predhodnega urejanja, saj so konkurenčne razmere na tem trgu vzpostavljene, Agencija zaključuje, da bi bila povsem nesorazmerna, morebitno urejanje trga pa lahko ustrezno nadaljuje splošno konkurenčno pravo z *ex post* ukrepi.

Agencija na podlagi izvedbe preizkusa tretjega merila: »Samo konkurenčno pravo ni dovolj za odpravo zadevnih tržnih pomanjkljivosti« ugotavlja, da na predmetnem upoštevem trgu na podlagi preverjanja stopnje nekonkurenčnega obnašanja in težavnosti njegovega odpravljanja, nepopravljive škode, ki bi jo povzročilo nekonkurenčno obnašanje na povezanih trgih in potrebe po predhodni regulaciji za zagotovitev učinkovite konkurence na dolgi rok, ni pokazateljev, ki bi potrdili nujnost predhodne regulacije, temveč je obravnava tudi teh navedenih kriterijev pokazala na obstoj učinkovite konkurence.

Na podlagi zgoraj navedenega Agencija ugotavlja, da tudi tretji od treh kumulativnih meril ni izpolnjen, zato predhodno (*ex-ante*) urejanje tega upoštevnega trga ni mogoče.

7. Zaključek preizkusa treh meril o primernosti predhodne (ex-ante) regulacije upoštevne trga

Agencija je opravila preizkus treh meril, s katerim je ugotavljala, ali upoštevni trg »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« (po Priporočilu Komisije iz leta 2003 tako imenovani upoštevni trg 15), ustreza merilom za predhodno (ex-ante) regulacijo.

Kljub temu, da je preizkus treh meril kumulativne narave, kar pomeni, da že neizpolnjevanje enega od treh meril *a priori* pomeni, da tega trga ni mogoče predhodno (ex ante) urejati, je Agencija po preizkusu prvega merila, ki je pokazal na neobstoj visokih in stalnih ovir za vstop na trg izvedla še preizkus drugega merila, ki je pokazal, da struktura predmetnega upoštevne trga ni takšna, da se trg ne nagiba k učinkoviti konkurenci v ustreznem časovnem obdobju. Čeprav je že preizkus prvih dveh meril pokazal, da predmetnega upoštevne trga ni mogoče predhodno (ex ante) urejati, je Agencija v nadaljevanju izvedla še preizkus tretjega merila in ugotovila, da ne drži, da samo konkurenčno pravo ni dovolj za zagotovitev učinkovite konkurence na dolgi rok in da tudi tretje merilo ni izpolnjeno.

Iz zgoraj navedenih meril izhaja:

- na podlagi izvedbe preizkusa prvega merila: »Prisotnost visokih in stalnih ovir strukturne in pravne, oziroma regulatorne narave za vstop na trg« ugotovitev, da na predmetnem upoštevne trgu niso prisotne visoke in stalne vstopne ovire ne strukturne, ne pravne, oziroma regulatorne narave, ki bi onemogočale vstop potencialnim operaterjem, ali delovanje kasnejšim vstopnikom, kot je bilo dokazano v poglavju 6.1.;
- na podlagi izvedbe preizkusa drugega merila: »Struktura trga, ki se ne nagiba k učinkoviti konkurenci v ustreznem časovnem obdobju« ugotovitev, da na predmetnem upoštevne trgu na podlagi prerazporejanja analiziranih tržnih deležev, cenovnih trendov, obstoja potencialne konkurence, možnosti podvojevanja infrastrukture, raznolikosti storitev in produktov ter ovir za širitev ni pokazateljev, ki bi potrdili, da se slednji v ustreznem časovnem obdobju ne nagiba k učinkoviti konkurenci, temveč je obravnava navedenih kriterijev pokazala na obstoj učinkovite konkurence, kot je bilo dokazano v poglavju 6.2.;
- na podlagi izvedbe preizkusa tretjega merila: »Samo konkurenčno pravo ni dovolj za odpravo zadevnih tržnih pomanjkljivosti« ugotovitev, da na predmetnem upoštevne trgu na podlagi preverjanja stopnje nekonkurenčnega obnašanja in težavnosti njegovega odpravljanja, nepopravljive škode, ki bi jo povzročilo nekonkurenčno obnašanje na povezanih trgih in potrebe po predhodni regulaciji za zagotovitev učinkovite konkurence na dolgi rok, ni pokazateljev, ki bi potrdili nujnost predhodne regulacije, temveč je obravnava tudi teh navedenih kriterijev pokazala na obstoj učinkovite konkurence, kot je bilo dokazano v poglavju 6.3.

S tem je Agencija na podlagi preizkusa vseh treh meril ugotovila in dokazala, da upoštevne trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« ni več mogoče predhodno urejati, saj za predhodno (ex ante) regulacijo nujni pogoji niso več izpolnjeni.