



APEK

Agencija za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije

Stegne 7, p. p. 418

1001 Ljubljana

telefon: 01 583 63 00, faks: 01 511 11 01

e-naslov: info.box@apek.si, http://www.apek.si

davčna št.: 10482369

Številka: 300-163/2004/xx
Datum: 14.10.2005

Sklic:
Datum:

Osnutek ukrepa v skladu s 95. členom ZEKom

Na podlagi 22., 28. in 117. člena Zakona o elektronskih komunikacijah (Uradni list RS, št. 43/04, 86/04), določb Splošnega akta o določitvi upoštevnihi trgov (Uradni list RS, št. 77/04) ter ob uporabi določb Zakona o splošnem upravnem postopku (Uradni list RS, št. 22/05 - uradno prečiščeno besedilo; ZUP-UPB1) v zvezi z analizo upoštevnega trga Javno dostopne nacionalne telefonske storitve na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike (maloprodajni trg), direktor Agencije za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije po uradni dolžnosti izdaja družbi Telekom Slovenija d.d. Cigaletova 15, Ljubljana, ki jo zastopa predsednik uprave Libor Vončina, naslednjo

ODLOČBO

Družba Telekom Slovenije d.d., Cigaletova 15, Ljubljana, je na upoštevnehi trgu Javno dostopne nacionalne telefonske storitve na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike (maloprodajni trg) operater s pomembno tržišno močjo.

Družbi Telekom Slovenije d.d., Cigaletova 15, Ljubljana, se naloži obveznost, ki vključuje prepoved omejevanja konkurence s postavljanjem prenizkih cen pri čemer mora:

- do 01.03.2006 vzpostaviti nov sistem stroškovnega računovodstva, ki temelji na tekočih stroških in popolno alociranih stroških,
- najkasneje do 31.5.2006 s strani pooblaščenega revizorja zagotoviti revidiranje sistema stroškovnega računovodstva iz prve alineje te točke izreka,
- Agenciji za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije posredovati najkasneje do 31.5.2006 opis vzpostavljenega sistema stroškovnega računovodstva, ki prikazuje najmanj glavne kategorije, po katerih so stroški razvrščeni v skupine in pravila, ki se uporabljajo za razporeditev stroškov skupaj s poročilom revizorja,
- dan po zaključeni reviziji sistema stroškovnega računovodstva in najkasneje do 30.9.2006 oblikovati in objaviti nove cene javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike, ki so oblikovane v skladu s sistemom stroškovnega računovodstva iz prve alineje te točke izreka,
- najkasneje do 30.9.2006 Agenciji za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije posredovati stroškovno dokumentacijo in kalkulacijo stroškov za objavljene cene iz četrte alineje te točke izreka.

3. V tem upravnem postopku stroški postopka niso nastali.

Obrazložitev:

V skladu s prvim odstavkom 21. člena Zakona o elektronskih komunikacijah (Uradni list RS, št. 43/04, 86/04; v nadaljnjem besedilu ZEKom) mora Agencija za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije (v nadaljnjem besedilu: agencija) v sodelovanju z organom, pristojnim za varstvo konkurence, v rednih časovnih intervalih analizirati trge iz Splošnega akta o določitvi upoštevnihi trgov (Uradni list RS, št. 77/04). Agencija je v okviru tega postopka po uradni dolžnosti opravila analizo upoštevnihi trga Javno dostopne nacionalne telefonske storitve na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike (maloprodajni trg), kot je določen v peti točki 3. člena Splošnega akta o določitvi upoštevnihi trgov. Primarni cilj analize trga je, da se ugotovi ali na posameznem trgu obstaja učinkovita konkurenca oz. ali ima operater (lahko tudi dva ali več operaterjev skupaj) na posameznem upoštevnihi trgu pomembno tržno moč. Glede na izsledke analize se naložijo, spremenijo, ohranijo ali razveljavijo obveznosti iz 23. do 30. člena ZEKom.

Novi regulatorni okvir na področju elektronskih komunikacij v Evropski uniji kot tudi ZEKom predvidevata tristopenjski proces v postopku določitve operaterja s pomembno tržno močjo in naložitve obveznosti z namenom odpravljanja motenj na ne dovolj konkurenčnem trgu.

Prvi korak vsebuje določitev upoštevnihi trgov na področju elektronskih komunikacij v skladu z 20. členom ZEKom. Agencija je s tem namenoma sprejela Splošni akt o določitvi upoštevnihi trgov, ki je stopil v veljavo dne 17.7.2004.

V drugem koraku agencija, v sodelovanju z Uradom za varstvo konkurence, opravi analizo upoštevnihi trga v kateri ugotavlja ali na trgu obstaja konkurenca.

V primeru, da na trgu ni učinkovite konkurence, agencija v tretjem koraku v upravnem postopku določi operaterja s pomembno tržno močjo in mu naloži vsaj eno izmed možnih obveznosti z namenom reševanja dejanskih ali potencialnih težav na področju konkurence.

Pravno in zgodovinsko ozadje

Prenos govora je ena od najstarejših ter najbolj razširjenih telekomunikacijskih storitev. Telefonski promet je bil vpeljan v Slovenijo v daljnem letu 1897. Leta 1927 so na ljubljanski pošti vključili v obratovanje prvo avtomatsko telefonsko centralo v tedanji Jugoslaviji. Od takrat pa do danes je tehnika in tehnologija napredovala bliskovito. Nove tehnologije, ki so sledile in digitalizacija so uporabnikom nudile večjo zanesljivost in kakovost storitev, proizvajalce pa silile v iskanje in ponudbo novih in cenejših rešitev, kar je posledično med drugim vodilo v pocenitev opreme. Družba Telekom Slovenije d.d., Cigaletova 15, Ljubljana (v nadaljnjem besedilu: Telekom Slovenije) ki je zakoniti naslednik podjetja PTT pri zagotavljanju javnih komunikacijskih omrežij oziroma storitev je imela do konca leta 2000 izključno pravico zagotavljanja teh storitev. Omrežje Telekoma Slovenije je že od leta 2001 popolnoma digitalizirano.

Trg telekomunikacijskih storitev v Republiki Sloveniji je popolnoma liberaliziran od maja 2001. Podlaga za popolno liberalizacijo je bil sprejeti Zakon o telekomunikacijah (Ur. l. RS, št. 30/01 in 110/02, v nadaljnjem besedilu: ZTel-1). S sprejetjem ZTel-1 je telekomunikacijsko omrežje postalo odprto in dostopno za vse potencialne operaterje. V skladu z drugim odstavkom 27. člena in 29. členom ZTel-1 so operaterji lahko izvajali storitve fiksne javne telefonske storitve na podlagi dovoljenja.

V letu 2002 je bil sprejet nov regulacijski okvir elektronskih komunikacij v Evropski uniji (v nadaljnjem besedilu: EU), v okviru katerega je bila sprejeta tudi Direktiva 2002/19/ES Evropskega Parlamenta in Sveta o dostopu do elektronskih komunikacijskih omrežij in

pripadajočih naprav ter o njihovem medomrežnem povezovanju (UL L 108, 24.04.2002, v nadaljnjem besedilu: Direktiva o dostopu) ter Direktiva 2002/22/ES Evropskega Parlamenta in Sveta o univerzalni storitvi in pravicah uporabnikov v zvezi z elektronskimi komunikacijskimi omrežji in storitvami (UL L 108, 24.04.2002, v nadaljnjem besedilu: Direktiva o univerzalni storitvi). Predhodnice Direktive o dostopu in Direktive o univerzalni storitvi so bile naslednje direktive: Direktiva 90/387/EGS in Direktiva 97/51/ES ki sta urejali prost dostop ter Direktiva 98/10/ES ki je urejala govorno telefonijo. Določbe zadnjih treh navedenih direktiv je povzegal tudi ZTel-1, ki je že opredelil kot enega temeljnih ciljev razvoj konkurence na upoštevem trgu.

Agencija za telekomunikacije, radiodifuzijo in pošto Republike Slovenije (v nadaljnjem besedilu: ATRP), kot pravna predhodnica agencije je nato na podlagi opravljene tržne analize z odločbo št. 300-30/2003/9 z dne 08.05.2003 družbo Telekom Slovenije (v nadaljnjem besedilu: Telekom) določila za operaterja s pomembno tržno močjo za storitveni segment fiksnih javnih telefonskih storitev in storitveni segment fiksnega javnega telekomunikacijskega omrežja na območju Republike Slovenije z obveznostmi, ki jih imajo operaterji s pomembno tržno močjo v skladu z določbami ZTel-1, ki se nanašajo na skupno rabo objektov (65. člen ZTel-1), odprt dostop do omrežij (68. člen ZTel-1), nudenje vmesnikov (69. člen ZTel-1) in medomrežnega povezovanja (73. člen ZTel-1). ATRP je pri analizi in določitvi operaterja s pomembno tržno močjo v javnem telefonskem omrežju na fiksni lokaciji upoštevala storitve medomrežnih povezav. Analiza storitvenega segmenta fiksnega javnega telekomunikacijskega omrežja po ZTel-1 ni ločevala med posredovanjem, tranzitom in zaključevanjem klicev, ampak je upoštevala prihodek na storitvenem segmentu operaterja javnega fiksnega telekomunikacijskega omrežja pri zagotavljanju medomrežnih povezav.

ZEKom je povzel določbe novega regulatornega paketa. Agencija je v skladu s prvim odstavkom 20. člena zakona, ob upoštevanju okvirne direktive, Priporočila z dne 11. februarja 2003 o upoštevnih 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 o upoštevnih trgih produktov in storitev ter Smernic Komisije o analizi trga in oceni pomembne tržne moči v skladu z regulativnim okvirom Skupnosti za elektronska komunikacijska omrežja in storitve (OJ C 165, 11.7.2002; v nadaljnjem besedilu: Smernice Komisije o analizi trga in oceni pomembne tržne moči) sprejela Splošni akt o določitvi upoštevnih trgov v sodelovanju z Uradom za varstvo konkurence. Tako je bila zagotovljena pravna podlaga za začetek postopka analize trga javno dostopne nacionalne telefonske storitve na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike.

Potek postopka

Agencija je z dopisi št. 300-75/2004/1-113 z dne 16.7.2004 pozvala vse fizične in pravne osebe, ki zagotavljajo elektronska komunikacijska omrežja oz. izvajajo elektronske komunikacijske storitve ter so vpisani v uradno evidenco agencije, da izpolnijo vprašalnike, na podlagi katerih bo agencija izvedla tržne analize na vseh 18 upoštevnih trgih. pri čemer je kot obdobje zajema podatkov oziroma obdobje, ki se ga z analizo obravnava, določila obdobje od 01.01.2002 do 30.6.2004, v katerem je v šestmesečnih časovnih serijah podatke na tem trgu spremljala in analizirala stanje konkurenčnosti. Rok za dostavo podatkov je bil 24.9.2004. Agencija je vse podatke za ta upoštevni trg zbrala do 19.4.2005, ko je lahko začela opravljati še preostale postopke analize.

V uradni evidenci agencije je bilo 10 operaterjev, ki so agencijo obvestili, da zagotavljajo javno dostopne nacionalne telefonske storitve:

SKRAJSAN_NAZIV	NASLOV	POŠTNA_STEVILKA	POSTA
In.life, d.d.	Dunajska 22	1000	Ljubljana
INCOTEL COM d.o.o.	Novi trg 1	8000	Novo mesto
MASICOM d.o.o.	Cesta na brdo 49	1000	Ljubljana
PERFTECH, d.o.o., Bled	Pot na Lisice 4	4260	Bled
REAL SECURITY d.o.o.	Meljska cesta 1	2000	Maribor
SINFONIKA d.o.o.	Motnica 7	1236	Trzin
SOFTNET d.o.o.	Borovec 2	1236	Trzin
T - 2 d.o.o.	Streliška ulica 150	2000	Maribor
TELEKOM SLOVENIJE d.d.	Cigaletova 15	1000	Ljubljana
VOLJATEL d.d.	Šmartinska 106	1000	Ljubljana

Iz posredovanih podatkov je agencija ugotovila, da je od navedenih operaterjev do konca obdobja analize, to je do 30.6.2004, ob upoštevanju pristopa »pogleda naprej« pa tudi do 30.6.2005, navedene storitve ponujala le družba Telekom Slovenije.

Agencija je na podlagi posredovanih vprašalnikov in nadaljnjih pozivov v času od 16.07.2004 do 19.4.2005 s strani družbe Telekom Slovenije prejela naslednje dokumente: 300-163/2004/4, 300-163/2004/5, 300-163/2004/6, 300-163/2004/10 in 300-163/2004-13.

Po prejemu vseh potrebnih podatkov (tako vprašalniki kot odgovori ter dodatna pojasnila operaterjev se vodijo pod zadevo št. 300-75/2004 in zadevo št. 300-163/2004), ki jih je agencija pridobila na podlagi sestavljenih vprašalnikov in po pregledu uradne evidence agencije, je agencija pričela s postopkom analize na upoštevnem trgu »Javno dostopne nacionalne telefonske storitve na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike (maloprodajni trg)«, kot je določen s peto točko 3. člena Splošnega akta.

V splošnem aktu sta določena dva upoštevnata trga:

1. upošteveni trg 3 Javno dostopne nacionalne telefonske storitve na fiksni lokaciji za rezidenčne uporabnike (maloprodajni trg),
2. upošteveni trg 5 Javno dostopne nacionalne telefonske storitve na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike (maloprodajni trg).

Glede na Priporočilo o upoštevnih trgih produktov in storitev je razlog za ločitev trga javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji na rezidenčne in poslovne uporabnike predvsem v različnih pogajalskih razmerjih in v različnih ekonomijah nujenja storitev med operaterji in rezidenčnimi uporabniki oziroma med operaterji in poslovnimi uporabniki. Agencija je ocenila, da bi ne bilo smiselno, izvajati povsem ločene analize za

vsak upoštevni trg posebej, zato je pripravila skupen vprašalnik za analizo obeh trgov - trga javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji za rezidenčne, kot tudi ločeno za poslovne uporabnike in opravila ločeno analiziranje enega in drugega trga, razen v primerih, v katerih ločena obravnava ni bila smiselna (rezultati analize so bili enaki).

Agencija mora pri opravljanju tržne analize upoštevati tako obstoječa dejstva, kot tudi relevantne potencialne spremembe na upoštevnom trgu v bližnji prihodnosti oz. do naslednjih analiz. Tržna analiza pri ugotavljanju stanja na trgu tako upošteva obdobje do naslednjega pregleda stanja na upoštevnom trgu. Glede na določilo 21. člena ZEKom mora agencija tržne analize opravljati v rednih časovnih intervalih, ki ne smejo biti daljši od enega leta.

Agencija je v skladu s 3. odstavkom 124. členom ZEKom pri izvajanju analiz upoštevne trga in določitvi pomembne tržne moči sodelovala z Uradom za varstvo konkurence.

Agencija je z dopisom št. 300-163/2004-14 po uradni dolžnosti začela postopek določitve operaterja s pomembno tržno močjo na upoštevnom trgu javno dostopne nacionalne telefonske storitve na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike in javno dostopne nacionalne telefonske storitve na fiksni lokaciji za rezidenčne uporabnike. Na podlagi prvega odstavka 138. člena v povezavi s 145. členom Zakona o splošnem upravnem postopku (Uradni list RS št. 22/05 - uradno prečiščeno besedilo; v nadaljnjem besedilu: ZUP-UPB1) je z navedenim dopisom družbi Telekom Slovenije poslala poziv na izjasnitev o skupni ekonomski analizi, ki jo je agencija opravila o stanju na navedenih upoštevnom trgih.

Družba Telekom Slovenije je z dopisom št. 01/30-214-56/2005 (v spisu št. 300-163/2004/15), ki ga je agencija prejela 22.8.2005, v zahtevanem roku posredovala odgovor na poziv na izjasnitev, v katerem se je opredelila glede opravljene ekonomske analize in podala pripombe k posameznim poglavjem.

V odgovoru se Telekom Slovenije v poglavju a) »Ukrepi« izjasnjuje glede morebitnega ukrepa preglednosti in objave informacij, v poglavju b) »Analiza« pa podaja opredelitve glede same analize. V poglavju o analizi pri tem pod točko 1 navaja, da uporabljeni podatki za analizo niso dovolj aktualni, saj ne upoštevajo, da se v Sloveniji že dalj časa ponuja predizbira in izbira za nacionalne klice, pod točko 2 pa navaja, da je klasifikacija različnih vrst storitev, kot jo uporablja agencija neprimerna, ker na eni strani uporablja funkcionalni (storitveni) kriterij, po drugi strani pa tehnološkega, pri čemer so napake pri analizi najbolj razvidne v povezavi s kabelsko telefonijo (predmet točke 3). Po mnenju Telekoma Slovenije v točki 4 so stališča v zvezi z zamenljivostjo z mobilnimi telefonskimi storitvami očitno preuranjena, saj je splošno znano dejstvo, da so na slovenskem trgu obstajale ponudbe mobilnih operaterjev, ki bi cenovno lahko povsem konkurirale storitvam na fiksni lokaciji. V točki 5 se izjasnjuje glede ocene Agencije o vstopu fiksnih brezžičnih operaterjev, pod točko 6 pa glede primerjave maloprodajnih in medoperaterskih cen v zvezi z ugotovitvijo Agencije v 5.2.2. točki (»Vstop na trga 3 in 5 na osnovi infrastrukture družbe Telekom Slovenije d.d.«) analize trga. Nadaljnje Telekom Slovenije v točki 7 meni, da agencija koncepta izravnalne kupne moči ne razlaga povsem pravilno, saj je dejstvo, da veliki poslovni subjekti, ki poslujejo s Telekomom imajo izravnalno kupno moč. Prav tako po mnenju Telekoma Slovenije v točki 8, agencija napačno interpretira koncept tehnoloških prednosti, sporne se mu zdijo navedbe v zvezi z razvitostjo prodajne in distribucijske mreže, (vsebina točke 9), preuranjene so mu ugotovitve z zvezi s homogenim proizvodom (vsebina točke 10), kot zadnje pa v 11. točki dopisa ocenjuje, da ugotovitev, da grosistične obveznosti ne bi dosegle ciljev, ni podprta z nikakršnimi dokazi.

Agencija je pripombe Telekoma Slovenije proučila in jih ustrezno upoštevala oziroma ustrezno obrazložila njihovo neupoštevanje, kakor je razvidno iz odsekov, ki obravnavajo navedena sporna vprašanja v nadaljevanju obrazložitve te odločbe.

A. Opredelitev upoštevnega trga

Prvi korak pri izvedbi analize v skladu s 21. členom ZEKom je določitev upoštevnega trga, ki ga bo konkretna analiza zajela. Pri opredelitvi upoštevnih trgov je potrebno upoštevati določila novega regulativnega okvira na področju elektronskih komunikacij v EU. Na podlagi prvega odstavka 15. člena Okvirne direktive je Evropska komisija sprejela Priporočilo o upoštevnih trgih produktov in storitev, v katerem je opredelila trge produktov in storitev v sektorju elektronskih komunikacij, katerih značilnosti lahko utemeljujejo uvedbo regulativnih obveznosti iz posebnih direktiv in so tako lahko predmet predhodne (ex-ante) regulacije. Pri določitvi t.i. upoštevnih trgov je Evropska komisija ravnala v skladu z načeli konkurenčnega prava. Agencija je omenjene upošteвне trge produktov in storitev prevzela s sprejetjem Splošnega akta o določitvi upoštevnih trgov.

V Splošnem aktu o določitvi upoštevnih trgov so upošteveni trgi produktov in storitev zgolj določeni s poimenovanjem posameznega trga, kar pomeni, da je potrebno posamezni upošteveni trg podrobneje opredeliti oz. definirati v okviru posamezne odločbe o določitvi operaterja oz. operaterjev s pomembno tržno močjo, ki se izdaja na podlagi opravljene analize, saj je potrebno opredeliti kateri produkti oz. storitve se na tem trgu nahajajo. Opredelitev oz. definicijo upoštevnega trga produktov in storitev je pri tem potrebno opraviti s pomočjo dveh kriterijev:

- zamenljivost povpraševanja in
- zamenljivost ponudbe.

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

Agencija je proučila zamenljivost povpraševanja in ponudbe z vseh vidikov, tako s tehnološkega kot funkcionalnega. Telekom Slovenije v odgovoru na poziv na izjasnitev glede analize navaja, da se klasifikacija vrst storitev kot jo uporablja agencija, ne zdi primerna, ker po eni strani uporablja funkcionalni (storitveni) kriterij, po drugi strani pa tehnološkega. Meni, da koncept javno dostopnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji ni tehnološko pogojen, ter da je npr. kabelska telefonija z vidika funkcionalnosti neuporaben model. V tesni povezanosti z navedeno klasifikacijo pa je tudi izhodišče za iskanje substitutov, ki je po mnenju družbe Telekom Slovenije prav tako napačno, pri čemer navaja, da agencija za izhodišče ni vzela javno dostopne telefonske storitve v smislu evropske definicije in definicije ZEKom, ampak storitve Telekoma Slovenije.

Agencija se v tem delu ne more strinjati z navedbami Telekoma Slovenije in jim ne sledi. Agencija je obstoj substitucije ugotavljala predvsem z uporabo kriterija funkcionalnosti (npr.: zamenljivost s klici iz mobilnih omrežij, iz telefonskih govornic, z VOIP telefonijo), pri čemer je s pristopom tehnološke nevtralnosti presojala tudi možnosti, da bi bili potencialni ponudniki javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev tudi npr. kabelski operaterji preko kabelskega omrežja. Takšna praksa je običajna in se pristop agencije ne razlikuje od pristopa nacionalnih regulatorjev v drugih državah članicah EU. Tako je madžarska NCAH pri proučevanju potencialnih substitutov na strani ponudbe proučila možnost ponudbe zadevnih storitev s strani kabelskih operaterjev.

- Zamenljivost povpraševanja

Substitucija s strani povpraševanja je najbolj logična in neposredna oblika konkurenčnega pritiska. Pojavi se vedno takrat, ko se zaradi relativnega dviga cen določenega proizvoda oziroma storitve kupci odločijo za nakup drugega relativno cenejšega proizvoda oz. storitve ob upoštevanju, da so stroški prehoda oz. zamenjava enega proizvoda oz. storitve za drugega zanemarljivi. Substituti so proizvodi oz. storitve, ki so v očeh kupca zamenljive. To pomeni, da je kupec oziroma uporabnik nevtralen (indiferenten) do ponujenih produktov oz. storitev. V primeru popolne neodvisnosti kupca do storitev govorimo o popolni zamenljivosti povpraševanja, vse storitve, ki so zamenljive pa uvrstimo na isti upoštevni trg.

Možnost uporabnikov storitev, da zamenjajo storitev za neko drugo storitev zaradi majhnega vendar pomembnega dviga cen, je lahko ovirana zaradi znatnih stroškov prehoda. Uporabniki, ki so investirali v tehnologijo z namenom prejemanja storitve morda ne bodo pripravljeni prevzeti kakršnihkoli dodatnih stroškov, ki so povezani z zamenjavo obravnavane storitve za substitut. Pogosto se zgodi tudi, da so uporabniki pogodbeno ali dejansko vezani z določenim ponudnikom preko dolgoročnih pogodb ali zaradi visokih stroškov zamenjave terminalne opreme. V primerih, ko je uporabnik soočen z visokimi stroški zamenjave storitve A za storitev B, ti dve storitvi ne smeta biti vključeni v isti upoštevni trg.

V nadaljevanju so opredeljene v očeh potrošnika potencialno zamenljive maloprodajne storitve. Gre za opis funkcionalno različnih storitev od ponudbe Telekom Slovenije.

Klici preko internetnega protokola – IP telefonija

Z vidika zamenljivosti povpraševanja, bi naročnik lahko v primeru dviga cen nacionalnih klicev družbe Telekom Slovenije potencialno imel možnost zamenjave operaterja ter s tem opravljanja klicev preko IP omrežij. Agencija je že dodelila negeografske številke za opravljanje javnih komunikacijskih storitev na fiksni lokaciji preko npr. IP telefonije podjetjem T2, Incotel Com, KRS Rotovž, Medinet, Voljatel, Siol, Sinfonika, ki v opazovanem obdobju te storitve v nacionalnem prostoru niso nudili, v sedanjem času pa se storitev šele razvija. Trenutno se ti operaterji šele pripravljajo za vstop na trg preko IP telefonije. Zaradi navedenega Agencija ugotavlja, da ne obstajajo takšne okoliščine, ki bi terjale vključitev IP telefonije na zadevni upoštevni trg. Agencija bo spremljala spremembe in razvoj uporabe klicev preko internetnega protokola do naslednjih analiz trga 5.

Telefoniranje preko interneta (Skype, Wanadoo)

Internetna telefonija za prenos izkorišča internetno omrežje. Telefoniranje preko interneta deluje na aplikativnem nivoju in ne omogoča stalnega sprejemanja klicev. Operaterjem niso bile podeljene številke za opravljanje storitev. Agencija zaključuje, da ta storitev ne sodi v upoštevna trga Javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji za rezidenčne oziroma poslovne uporabnike, saj ne izpolnjuje kriterijev za javno dostopno nacionalno telefonsko storitev.

Zamenljivost klicev iz fiksne lokacije za klice iz mobilnih omrežij

V kolikor se omejimo na govor, je kakovost storitve mobilne telefonije ter fiksne skoraj enaka in bi ju lahko smatrali za zamenljivi, vendar pa med njima obstajajo pomembne razlike. Kot je že večkrat ugotovila tudi Evropska komisija (odločitve v primerih št. COMP/M.2803 – Telia/Sonera z dne 10.07.2002, št. COMP/M.2547 – Pirelli/Edizione/Olivetti/Telecom Italia z dne 20.9.2001 in št. COMP/M.1439 Telia/Telenor z dne 12.4.2000 ter druge), je glavna razlika med obema storitvama v mobilnosti sami, ki je imanentna le mobilnim storitvam, zaradi česar, ne glede na podobnost storitev, ki se s tehnološkim razvojem lahko zagotavljajo tako prek fiksni kot mobilni omrežij, fiksne storitve ne nudijo te mobilnosti in niso substituti mobilnim. Fiksne storitve pa se v razmerju z mobilnimi ponašajo z boljšo

kvaliteto prenosa in pasovno širino. Končni uporabniki (tako poslovni kot rezidenčni) ne smatrajo klicev iz fiksne lokacije v mobilno omrežje ali na druge negeografske lokacije kot zadosten substitut, da bi se jih uvrstilo na isti trg. Končni uporabnik, ki želi klicati kličočega iz mobilnega omrežja, z veliko verjetnostjo ne bo smatral klica iz fiksne lokacije za enakovrednega. To razlikovanje ni posledica indiferentnosti kličočih, ampak ti zavestno izberejo in kličejo bodisi iz fiksne lokacije bodisi iz mobilnega omrežja.

Pri zamenljivosti, kjer imamo možnost izbrati drugo alternativo, predstavlja za uporabnika pomemben element odločanja tudi cena. Glede na to, da sta ceni klicev v fiksnem in v mobilnem omrežju neprimerljivi (višja cena za klice v mobilnem omrežju kot v fiksnem omrežju, odvisno od paketa, za katerega se naročnik odloči), o zamenljivosti ne moremo govoriti.

Telekom Slovenije pod točko 4 v dopisu št. 01/30-214-56/2005 meni da so stališča o zamenljivosti z mobilnimi telefonskimi storitvami preuranjena, saj je splošno znano dejstvo, da so na slovenskem trgu obstajale ponudbe mobilnih operaterjev, ki bi cenovno lahko povsem konkurirale storitvam na fiksni lokaciji, npr. ponudba Simobila. Glede na navedbe družbe Telekom Slovenija d.d. bi morala agencija temu vprašanju nameniti več pozornosti in izvesti analizo pritiska mobilnih storitev na fiksnem trgu.

Agencija se strinja, da lahko mobilno telefoniranje pomeni tudi cenovni pritisk na cene fiksne telefonije, vendar pa obstajajo pri oblikovanju posameznih paketov mobilnih operaterjev različni pogoji glede višine naročnine, dolžine vezave naročniškega razmerja, subvencioniranih aparatov, dodatnih ugodnosti, tako, da ni mogoče vzeti le cene časovne enote klica za primerjavo s ceno klica iz fiksne lokacije. Ker bistveno razliko (širše gledano) med omenjenima storitvama predstavlja funkcionalnost, t.j. mobilnost na eni, ter kakovost storitve ter pasovna širina na drugi strani, agencija sledi ugotovitvam Evropske komisije in je mnenja, da storitev javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji in storitev klicev iz mobilnih omrežij nista substituta.

Kabelska telefonija

Kabelski operaterji po kabelskih omrežjih poleg osnovne storitve prenosa radiodifuzne vsebine nudijo tudi podatkovne oz. internet storitve kot je npr. kabelski internet. Naročniki, ki dostopajo do kabelskega omrežja bi lahko imeli tudi možnost uporabe telefonije na osnovi IP protokola, v kolikor bi operaterji, ki uporabljajo kabelski dostop to storitev nudili. Nove tehnološke rešitve zasnovane na IP telefoniji so večinoma šele v začetni fazi izgradnje in se šele uvajajo. Pri zamenljivosti storitve ima pomembno vlogo tudi kakovost storitve, dostopnost (pokritosti) storitve in cena.

Kabelska omrežja se v Republiki Sloveniji uporabljajo predvsem za prenos radiodifuzne vsebine, vse bolj pa se usmerjajo tudi v prenos podatkovnih komunikacij. Sedanje stanje kabelskega omrežja v Sloveniji ne omogoča direktne funkcionalne nadomestljivosti, ker je dostop do javnega telefonskega omrežja veliko bolj razširjen kot sam dostop do kabelskega omrežja, poleg tega pa kabelsko omrežje različnih operaterjev med seboj preveč razpršeno in nepovezano, vsa omrežja pa tudi še niso usposobljena za potrebe dvosmernega prenosa. Nadgradnja omrežja z namenom zagotavljanja storitev dostopa do javnega telefonskega omrežja na fiksni lokaciji bi povzročila večje stroške in posledično višje cene, kar je podrobneje opredeljeno v delu, ki se nanaša na zamenljivost ponudbe..

Zaradi navedenega Agencija ugotavlja, da ne obstaja zamenljivost povpraševanja po javnih dostopnih nacionalnih telefonskih storitvah na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike s storitvami kabelske telefonije in s tem tudi ne obstaja cenovni pritisk na javno dostopne nacionalne telefonske storitve na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike. Elementi, ki so potrebni, da se zagotovi izvajanje javno dostopno nacionalnih telefonskih storitev na fiksni

lokaciji in za katere so potrebne v primeru ponudbe preko kabelskih omrežij dodatne investicije so opisani v poglavju zamenljivost ponudbe.

Klici iz telefonskih govorilnic

Zagotavljanje javnih telefonskih govorilnic ter s tem klicev iz javnih govorilnic predstavlja del univerzalne storitve. V primeru javnih telefonskih govorilnic je težko ločiti ceno klica od cene dostopa, saj cene klicev iz javnih govorilnic vključujejo elemente obojega. Obstajata dva tipa povpraševanja: uporabniki, ki ne kličejo iz fiksnega ali mobilnega telefona in izključno uporabljajo storitev javnih telefonskih govorilnic ter uporabniki, ki imajo svoj telefon (fiksni ali mobilni) in občasno uporabljajo tudi javne telefonske govorilnice zaradi prikladnosti ali pa uporabljajo to storitev samo za določene vrste klicev.

Agencija meni, da uporaba javnih telefonskih govorilnic predstavlja predvsem dopolnjujočo storitev ostalim klicem in ne predstavljajo substituta klicem na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike. Različna je tudi funkcionalnost. Klasična telefonija nudi večji izbor storitev: storitve z dodano vrednostjo, fiksni SMS, fax, internet, večja je udobnost v primeru sprejemanja klicev in končno tudi cena nacionalnih telefonskih klicev s fiksnega telefona je za poslovne uporabnike dosti nižja v primerjavi s klici iz javnih telefonskih govorilnic. V primeru povišanja cen nacionalnih telefonskih klicev s fiksnega telefona je malo verjetno, da se bodo končni uporabniki odločili za uporabo storitev javnih telefonskih govorilnic. Agencija zato meni, da za končnega uporabnika storitvi nista substituta.

- Zamenljivost ponudbe

Tržno moč lahko v odsotnosti zamenljivosti s strani povpraševanja omejuje zamenljivost s strani ponudbe. Pri ugotavljanju zamenljivosti ponudbe je potrebno upoštevati, da se podjetje, ki trenutno ne deluje na upoštevnem trgu lahko odloči za vstop na trg v primeru povišanja relativnih cen in v razumnem roku. Do zamenljivosti pride tam, kjer so se potencialni konkurenti sposobni hitro odzvati na majhne, a trajne spremembe v relativnih cenah (pomembna je takojšnja odzivnost) ponudnika storitev. V kolikor potencialni konkurenti pričnejo nuditi te storitve, ne da bi jim to povzročilo znatne dodatne stroške ali tveganja, lahko predstavljajo tržno moč na strani ponudbe. Agencija upošteva dobo enega leta kot tisti mejnik, znotraj katerega bi se moral pojaviti učinek substitucije s ponudbene strani, da bi ga lahko še upoštevali pri opredelitvi upoštevnega trga. Poleg odzivnega časa je pri zamenljivosti ponudbe potrebno upoštevati tudi dodatne stroške. V kolikor bo moral novi vstopnik na upošteveni trg, vložiti precejšnja denarna sredstva za nudenje storitev (investicije v opredmetena in neopredmetena osnovna sredstva), le te ne bo mogel ponuditi v časovnem obdobju enega leta. Za uspešnost substitucije s strani novega vstopnika oziroma potencialnega konkurenta ne zadostuje, da ima ta na razpolago le del potrebnih sredstev, še posebno če je mogoče preostala manjkajoča sredstva priskrbeti samo z obsežnim investiranjem, to pa je povezano z dodatnimi stroški in časovnim odlogom pričetka nudenja in izvajanja storitev.

Agencija meni, da je trenutno omejeno število operaterjev omrežij v Sloveniji, ki bi lahko v hitrem času začeli ponujati javno dostopne nacionalne telefonske storitve na fiksni lokaciji za rezidenčne oziroma poslovne uporabnike – nacionalne klice. Ti operaterji bi morali vložiti znatna sredstva za nadgradnjo omrežja. Alternative na ponudbeni strani so opredeljene v nadaljevanju.

Vstopajoči operater zgradi svoje lastno omrežje

Vstopajoči operater lahko zgradi svoje lastno omrežje ter nudi javno dostopne nacionalne telefonske storitve na fiksni lokaciji za rezidenčne oziroma poslovne uporabnike v svojem omrežju. V tem primeru bodo njegovi stroški višji, kot stroški obstoječega operaterja zaradi upoštevanja potopljenih stroškov. Hkrati pa bo ta isti operater moral določiti nivo svojih cen

pod nivo cen obstoječega operaterja, ob isti kakovosti storitve, če bo želel pridobiti tržni delež. S tem pa bo še težje pokrili nastale potopljene stroške. Hkrati pa se pojavlja vprašanje ali je sploh mogoče podvojiti omrežje, kakršno ima družba Telekom Slovenije, oziroma izgraditi takšno omrežje, da bo lahko konkuriralo obstoječemu operaterju.

Agencija ocenjuje, da substitucija na ponudbeni strani v takem obsegu v roku enega leta ni realna.

Ponudba kablinskih operaterjev

Kablinski operaterji lahko po kablinskem omrežju poleg radiodifuzne vsebine nudijo tudi podatkovne oz. širokopasovne storitve, z določeno nadgradnjo obstoječega sistema pa bi lahko nudili tudi kablisko oz. IP telefonijo. V proučevanem obdobju te storitve ni nudil nihče, trenutno pa so nekateri operaterji začeli z uvajanjem storitve, vendar agencija ocenjuje, da bi bila konkurenca na tem področju mogoča, v kolikor bi obstoječe omrežje nadgradili, kar pa zahteva velika finančna sredstva.

Telekom Slovenije meni da je precej nedokazana trditev, da bi potrebna investicija v kabliska omrežja z namenom zagotavljanja javno dostopnih telefonskih storitev povzročila visoke stroške in je zato zaenkrat kablinski operaterji še ne nudijo. Agencija mnenju Telekoma Slovenije ni sledila, saj je ocenjeno, da je v Republiki Sloveniji približno 60% kablinskih omrežij usposobljenih za potrebe dvosmernega prenosa, vendar kablisko omrežje ne omogoča vedno enake kakovosti kot omrežje Telekoma Slovenije, saj se podatki in govor prenašajo znotraj istega frekvenčnega pasu. Sedanje stanje kabliskega omrežja v Sloveniji ne omogoča direktne funkcionalne nadomestljivosti, saj je v Sloveniji preko 150 med seboj ločenih omrežij, pri čemer ta večinoma niso tehnično povezana. Kablisko omrežje je tudi precej manj razširjeno (približno 250.000 priključkov, kar predstavlja 40% pokritosti vseh gospodinjstev) kot dostopno omrežje, ki ima stopnjo penetracije 98,7 priključkov na 100 gospodinjstev pri rezidenčnih uporabnikih.

Agencija tudi ugotavlja, da bi se morali kablinski operaterji za izvajanje javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev medsebojno povezati, ter kjer nimajo lastnega dostopa tudi dogovoriti s Telekomom Slovenije za grosistično ponudbo dostopa do uporabnikov Telekoma Slovenije d.d.

Glede na navedeno, bi kablisko omrežje, potrebovalo znatne nadgradnje, razširitve ter medomrežne povezave. Znani okvirni stroški za izpolnitev teh predpostavk, dajejo podlago za zaključek, da bi bile vse te investicije visok strošek.

Nadalje družba Telekom Slovenije navaja, da je podjetje Telemach javno oznanjalo, da bo v kratkem ponudilo storitve kabliske telefonije. Na osnovi podatkov, s katerimi Agencija razpolaga, se operaterji na te storitve šele pripravljajo, Telemach pa v opazovanem obdobju dejansko še ni začel tržiti in izvajati kabliske telefonije.

Agencija bo spremljala razvoj trga v bodoče.

Medsebojno povezovanje kablinskih operaterjev ter sodelovanje s posameznimi nosilci magistralne optične infrastrukture (ELES, Slovenske železnice, DARS, Telekom Slovenije) pa bi potencialno lahko nudila osnovo za drugo domačo fiksno telekomunikacijsko omrežje.

Ponudba na strani storitev predizbire oz. izbire operaterja.

Operater bi javno dostopne telefonske storitve na fiksni lokaciji lahko nudil s pomočjo storitev predizbire oziroma izbire operaterja. Konkurenca na tem nivoju bi bila možna samo na podlagi razumnih razmerij maloprodajnih cen in grosističnih stroškov.

Zamenljivost ponudbe s ponudbo mobilnih operaterjev

V primeru dviga cen s strani hipotetičnega monopolista bi verjetno mobilni operater uporabil svoje omrežje za ponudbo storitev, ki bi se lahko primerjale s storitvijo vzpostavljanja in sprejemanja nacionalnih klicev (z vidika funkcionalnosti, kakovosti in cene). Agencija meni, da zaenkrat ne obstaja takšna ponudba, ki bi predstavljala zamenljivost ponudbe javno dostopnih nacionalnih telefonskih klicev na fiksni lokaciji, in bi pomenila cenovni pritisk na obstoječega operaterja javnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji.

Agencija ugotavlja, da ima obstoječi operater Telekom Slovenije prednost pred ostalimi operaterji zaradi že zgrajene razpršene telekomunikacijske infrastrukture, ki jo že izkorišča, zaradi posledično nižjih stroškov ter splošne razpoznavnosti. Agencija ocenjuje, da bi bila zamenljivost na strani ponudbe možna v primeru izbire oz. predizbire operaterja, vendar zaradi visokih cen medomrežnega povezovanja, v proučevanem obdobju, o njej ne moremo govoriti, saj so cene medomrežnega povezovanja v primerjavi z maloprodajnimi cenami previsoke.

Definicija upoštevnega trga

Upoštevni trg predstavlja javno dostopne nacionalne telefonske storitve na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike in obsega:

- klice v lastnem omrežju na geografske številke,
- klice v lastnem omrežju na negeografske številke,
- klice v lastnem omrežju na brezplačne številke (080),
- klice v lastnem omrežju na premijske in ostale številke (090,...),
- klice v druga fiksna omrežja na geografske številke,
- klice v druga fiksna omrežja na negeografske številke,
- klice v druga fiksna omrežja na brezplačne številke (080),
- klice v druga fiksna omrežja na premijske in ostale številke (090),
- klice v mobilna omrežja,

za čas večje in manjše prometne obremenitve.

Opredelitev geografskega trga

Upoštevni geografski trg obsega vsa področja, kjer podjetja ponujajo storitve in povprašujejo po storitvah v enakih pogojih konkurence. Pri določanju upoštevnega trga se ne upoštevajo področja, na katerih so pogoji konkurence pomembno različni.

Na podlagi Splošnega akta o določitvi upoštevni trgov in zgornjih ugotovitev, geografski trg za trg javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji je za poslovne uporabnike Republika Slovenija, saj so konkurenčni pogoji enaki za območje celotne države.

B. Analiza podatkov

V okviru analize agencija ugotavlja ali na posameznem upoštevni trgu obstaja učinkovita konkurenca. Iz Smernic Komisije o analizi trga in oceni pomembne tržne moči izhaja, da je ugotovitev, da na ustreznem trgu obstaja učinkovita konkurenca, enakovredna ugotovitvi, da nobeno podjetje samo ali skupaj z drugim podjetjem nima pomembne tržne moči na tem trgu. Iz tega sledi, da mora nacionalni regulatorni organ v primeru, da ugotovi, da na ustreznem trgu ni učinkovite konkurence, določiti podjetje s pomembno tržno močjo na tem trgu in v skladu s četrtem odstavkom 16. člena Okvirne direktive naložiti ustrezne obveznosti ali pa ohraniti ali spremeniti take obveznosti, kjer že obstajajo. Agencija je na podlagi šestega odstavka 19. člena ZEKom zavezana, da pri določanju pomembne tržne moči ravna

skladno z zakonodajo ES in dosledno upošteva smernice Evropske komisije, ki urejajo tržno analizo in določitev pomembne tržne moči na področju elektronskih komunikacijskih omrežij in storitev.

Za razliko od splošnega konkurenčnega prava zasleduje sektorska regulacija predhodno (ex-ante) ocenitev stanja. Nacionalni regulatorni organ se zlasti pri predhodni ocenitvi, ali je eno ali več podjetij na ustreznem trgu v prevladujočem položaju, načeloma izhaja iz drugačnih predpostavk in uporablja drugačne pristope kot organ, pristojen za varstvo konkurence, ki ugotavlja prevladujoči položaj v okviru domnevno storjene zlorabe (ex-post). Treba je poudariti, da nacionalnim regulatornim organom ni treba ugotoviti zlorabe prevladujočega položaja, da podjetje označi kot podjetje s pomembno tržno močjo, kar izhaja tudi iz 70. točke Smernice Komisije o analizi trga in oceni pomembne tržne moči. Z vnaprejšnjo (ex ante) regulacijo želi agencija na področju elektronskih komunikacij izboljšati razmere na ne dovolj konkurenčnem trgu z namenom hitrejšega razvoja konkurence. Pri tovrstni regulaciji je potrebno pri tržni analizi uporabiti tako obstoječa dejstva, prav tako pa je potrebno napraviti prognoze za prihodnost. Ugotavlja se torej, ali je trg potencialno konkurenčen, in s tem tudi, ali je pomanjkanje učinkovite konkurence začasno ali trajno.

Telekom Slovenije v svojem dopisu št. 01/30-214-56/2005 dvomi, da so uporabljeni podatki še relevantni v času podajanja pripomb in da nekatere ugotovitve temeljijo na zastarelih podatkih. Agencija ob tem opozarja, da ekonomska analiza ni omejena le in izključno na podatke kot so bili posredovani za zahtevano obdobje 01.01.2002 do 30.06.2004. Kot je bilo že opredeljeno zgoraj je potrebno pri izvedbi ekonomske analize upoštevati tako obstoječa dejstva, kot tudi relevantne potencialne spremembe na upoštevnem trgu v bližnji prihodnosti oz. do izvedbe naslednje ekonomske analize za zadevni upošteveni trg. V skladu s prvim odstavkom 21. člena ZEKom mora agencija opravljati analize v rednih časovnih intervalih, ki ne smejo biti daljši od enega leta.

Kadar agencija presoja, ali ima operater pomembno tržno moč v skladu s prvim odstavkom 19. člena ZEKom, upošteva primeroma določena merila v četrtem odstavku istega člena. Agenciji pri določitvi operaterja s pomembno tržno močjo ni potrebno kumulativno uporabiti vseh meril, temveč upošteva tista, ki so primerna in na podlagi katerih lahko oceni položaj operaterja oz. operaterjev na trgu. Agencija je pri tržni analizi oz. pri presoji stanja na trgu uporabila merila kot je to razvidno v nadaljevanju.

1. Tržni delež operaterja

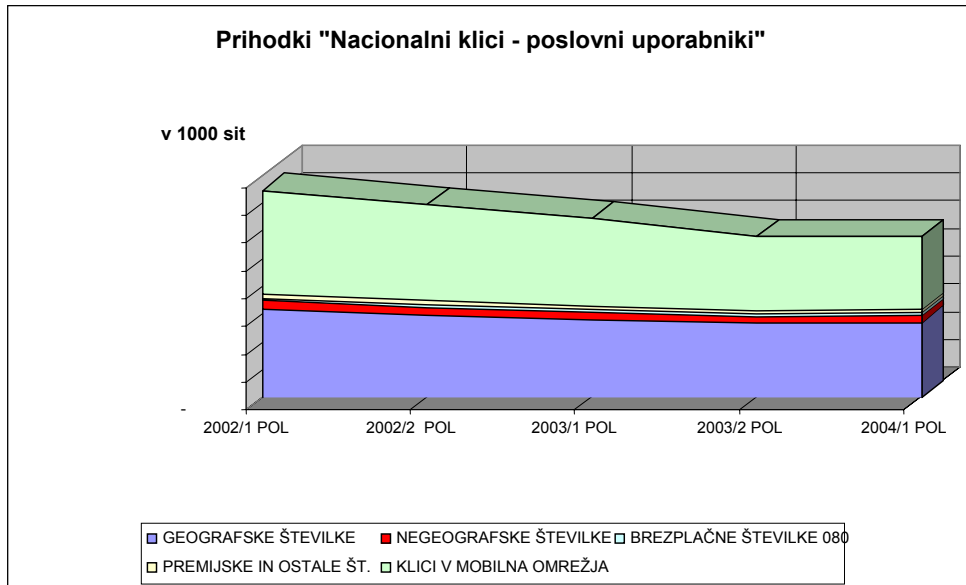
Visok tržni delež operaterja je pomemben in najpogosteje uporabljen pokazatelj o obstoju prevladujočega položaja na upoštevnem trgu. Na podlagi tržnih deležev se pogosto sklepa o velikosti tržne moči. Čeprav velik tržni delež ni zadostni pokazatelj obstoja prevladujočega položaja pa je malo verjetno, da bi imelo podjetje brez večjega tržnega deleža prevladujoč položaj. Iz obsežne sodne prakse Sodišča Evropskih Skupnosti (Primer C-62/1986, AKZO/Komisija, , točka 60) so veliki tržni deleži (večji od 50%) že sami po sebi, razen v izjemnih primerih, dokaz obstoja prevladujočega položaja. Za podjetje z velikim tržnim deležem se lahko domneva, da ima znatno tržno moč in da ima prevladujoč položaju, če je njegov tržni delež v določenem obdobju ostal nespremenjen.

Agencija je na podlagi analize proučevanega upoštevnega trga ugotovila, da je v Republiki Slovenije (upošteven geografski trg) v proučevanem obdobju deloval zgolj Telekom Slovenije in da ostali izvajalci, ki so vpisani v register agencije kot ponudniki javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev, te storitve v proučevanem obdobju še ne ponujajo.

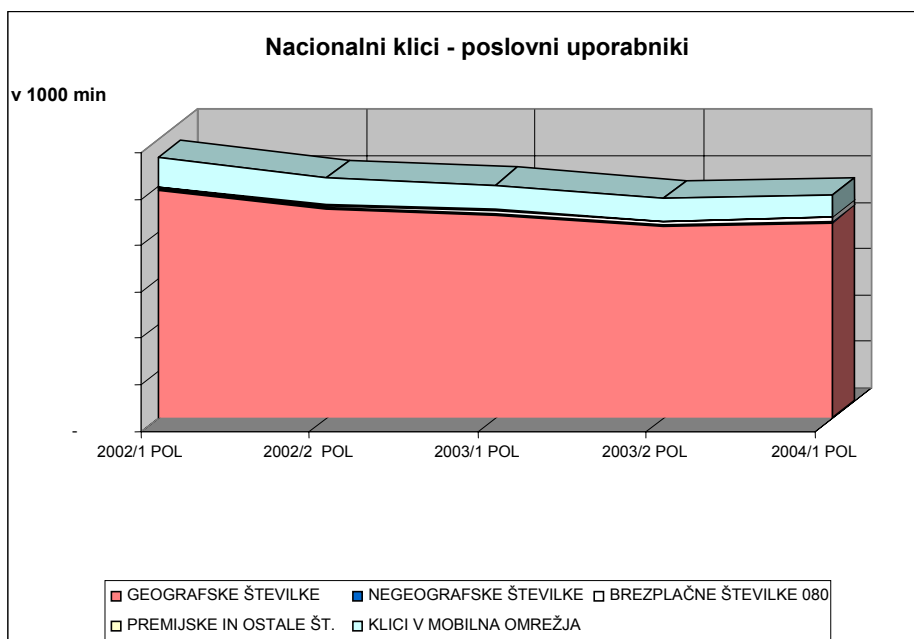
V skladu s tem, je Agencija na podlagi analize ugotovila, da je bil tržni delež Telekoma Slovenije na storitvenem segmentu javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni

lokaciji za poslovne uporabnike v proučevanem obdobju 100%, tako glede na prihodke operaterja, kot tudi na čas trajanja klicev v minutah. Tržni delež je v vsem opazovanem obdobju ostal enak.

Prihodke operaterja ter čas trajanja klicev, pridobljene na podlagi podatkov operaterja prikazujeta spodnja grafa:



V posameznih polletnih obdobjih prihodki izkazujejo trend zmernega padanja, le v zadnjem opazovanem obdobju v primerjavi s drugo polovico leta 2003 so prihodki za poslovne uporabnike ostali na enaki ravni. Cena javno dostopnih nacionalnih klicev na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike se je v opazovanem obdobju spremenila in sicer 1 februarja 2002 iz 4,39 sit na 5,25 sit, medtem ko je cena za klice v mobilna omrežja od prve polovice leta 2002 do prve polovice leta 2004 padla za 13,86%.



Iz tega grafa, ki ponazarja čas trajanja klicev v minutah (čas večje in čas manjše prometne obremenitve) je razvidno, da le ti glede na posamezno polletno obdobje padajo. Opazen je trend zmernega padanja števila minut na geografske številke in klicev v mobilna omrežja. V prvi polovici leta 2004 v primerjavi s prvo polovico leta 2002 je število minut klicev padlo za 14,3 %.

Pri poslovnih uporabnikih je, glede na čas trajanja klicev na geografske številke, delež 87%, na klice v mobilna omrežja 11 %, ostalo so klici na negeografske številke, brezplačne številke in premijske ter ostale številke. Glede na podatke je opaziti trend upadanja prihodkov iz naslova nacionalnih klicev za poslovne uporabnike. Podoben trend upadanja izkazuje tudi čas trajanja klicev v minutah.

Telekom Slovenije v svojem dopisu št. 01/30-214-56/2005 navaja, da so uporabljeni podatki, na katerih temelji opredelitev tržnega deleža, zastareli in da ne odražajo dejanskega stanja naupoštevem trgu.

Agencija je pridobila podatke tudi za obdobje tekočega leta 2005, iz katerih izhaja, da je trenutno edina družba Voljatel d.d. že vzpostavila ustrezno lastno omrežje v katerem lahko nudi storitev fiksne telefonije, pri čemer pa iz podatkov, ki jih je agencija pridobila, izhaja, da promet, ki ga je bilo opravljenega in predvsem posredovanega iz lastnega omrežja izvira iz naslova testiranja in preizkušanja tega omrežja. V skladu s tem agencija meni, da podatki kot so uporabljeni ustrezajo dejanskemu stanju naupoštevem trgu in da tudi v prihodnosti na kratek rok ni mogoče pričakovati bistvenih sprememb v višini tržnega deleža družbe Telekom zaradi vstopa alternativnih operaterjev.

Agencija ob tem opozarja, da visok tržni delež, kot izhaja tudi iz 78. točke Smernic, še ne predstavlja obstoja pomembne tržne moči družbe Telekom naupoštevem trgu, ampak le kaže na možnost obstoja le-te. V skladu s tem je potrebno preučiti še nadaljnja merila, da se preveri in ugotovi ali se lahko družba Telekom vede neodvisno nasproti ostalim konkurentom.

Agencija ugotavlja, da ima Telekom Slovenije glede naupoštevjanje tega merila pomembno tržno moč.

2. Ovire za vstop na trg in vpliv na potencialno konkurenco na teh trgih

Grožnja za vstop na trg, bodisi da vstopajoči vstopa na dolgi rok bodisi za krajši čas, je ena izmed glavnih oblik pritiska potencialnih konkurentov na obstoječe podjetje, kjer je tak vstop verjeten (in ne zgolj hipotetičen), pravočasen inupoštevjanja vreden. Operater bi na zadevniupoštevni trg lahko vstopil na osnovi svojega lastnega omrežja, ali na osnovi omrežja Telekoma Slovenije na podlagi razvezave krajevne zanke oziroma izbire in predizbire operaterja. Grožnja za vstop na trg se zmanjša s postavljanjem ovir za vstop. Ovire za vstop na trg so tisti dejavniki, ki na eni strani delujočemu operaterju na trgu omogočajo in dovoljujejo, da sam določa oziroma kontrolira ceno inputov (dostop) na temupoštevem maloprodajnem trgu kar lahko predstavlja oviro za druge ponudnike pri vstopu na trg javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji za končne uporabnike, po drugi strani pa lahko z določitvijo prenizkih maloprodajnih cen (ki niso naravnane na pokrivanje stroškov) teh storitev onemogoča zadostno razliko med grosističnimi in maloprodajnimi cenami naupoštevem trgu, kar ravno tako onemogoča oziroma ovira vstop alternativnih operaterjev na vertikalno integriranupoštevni maloprodajni trg.

Alternativni operater, ki želi vzpostaviti svoje lastno elektronsko komunikacijsko omrežje, bo to storil tako, da bo zgradil sistem in položil ustrezno napeljavo, pri čemer je soočen z dejstvom, da mora izvesti podzemne ali nadzemne komunikacijske napeljave in postaviti objekte in naprave, vse to pa na tuji nepremičnini. Ob tem se potencialni operater sooča z ovirami kot je npr. problem pridobitve pravic oz. služnosti na tujem zemljišču, za kar je potreben določen čas, posledica česar je kasnejša vzpostavitev elektronskega komunikacijskega omrežja in s tem je otežen vstop na upoštevni trg (ovira za vstop).

Glede na navedeno, agencija ugotavlja, da so alternativni operaterji, ki želijo opravljati javno dostopne telefonske storitve na fiksni lokaciji in morajo zato postaviti lastno elektronsko komunikacijsko omrežje, soočeni z znatnimi pravnimi oz. regulatornimi ovirami, ki otežujejo vstop na trg.

Agencija ocenjuje, da bi vstop na zadevni upoštevni trg zahteval znatne investicije, pretežno kot potopljene stroške oziroma stroške, ki ne bodo povrnjeni pri izstopu iz trga. Potopljeni stroški so stroški, katere plača operater ob vstopu na trg, ob njegovem izstopu pa se ne povrnejo. Potencialni vstopajoči operater mora proučiti ali na trgu, na katerega vstopa, obstaja možnost, da bo s svojim poslovanjem stroške pokril. Kolikor večja je možnost, da potencialni vstopajoči operater stroškov investicij, ki so potrebne za njegov vstop in delovanje na upoštevni trgu ne bo mogel pokriti s poslovanjem, relativno večja je tržna moč in asimetrija med obstoječim operaterjem in potencialnim operaterjem, ki vstopa na trg. Ta asimetrija pa bo verjetno odvrnila vstop potencialnega konkurenta na zadevni upoštevni trg.

Agencija v povezavi s tem ugotavlja, da družba Telekom razpolaga s sodobno razvitim omrežjem z razvejano prenosno infrastrukturo, iz česar, ob upoštevanju dolgoletne tradicije pri zagotavljanju javno dostopnih telefonskih storitev in vlaganj v inovacije in posodobitve, izhaja, da ima know-how in omrežje, ki ga drugi operaterji nimajo. Taka tehnološka prednost, ne glede na mnenje Telekoma Slovenije izraženo v odgovoru na poziv na izjasnitev, da agencija napačno tolmači koncept tehnološke prednosti, predstavlja oviro za vstop novih operaterjev na upoštevni trg in konkurenčno prednost pred potencialnimi konkurenti, saj podjetje razpolaga s tehnologijo, ki je drugim nedostopna ali omejeno dostopna. Telekom Slovenije ima zgrajeno tudi prodajno in distribucijsko mrežo z 12 ekskluzivnimi prodajnimi mesti, spletno prodajalo ter klicni center. Razvitost prodajne in distribucijske mreže in tradicija le-te je za maloprodajni trg izredno pomembna, saj povečuje prepoznavnost podjetja in dostopnost storitev. Taka mreža pomeni dodatno oviro za vstop in prednost pred konkurenti, ki si morajo to šele ustvariti.

Agencija meni, da ovire za vstop povečujejo tudi izdatki operaterja za naložbe v posodobitev in razširitev omrežja ter razvoj novih tehnologij in storitev, ki posledično vodijo v tehnološke prednosti obstoječega operaterja. Agencija ugotavlja, da je družba Telekom v letu 2004 izpeljala naložbe v višini 15,1 milijard tolarjev, s čimer je povečala vgrajene zmogljivosti za 18 do 33 %. Osrednji del naložbene dejavnosti je pri tem predstavljala posodobitev in razširitev omrežja, (na hrbtničnem in na dostopovnem nivoju), pri čemer so naložbe v TK omrežje predstavljale 28,3% delež, naložbe v ADSL in IP omrežje pa 31% delež vseh naložb. Iz teh podatkov, v povezavi z ugotovitvami o možnostih dostopa do finančnih virov, zlasti z ugotovljeno nizko stopnjo dolžniškosti kapitala in nizkim dolgovno-kapitalskim razmerjem, agencija ocenjuje, da predstavljajo visoki stroški tako postavitve omrežja kot tudi posodabljanja in razširjanja tega omrežja visoko vstopno oviro za potencialne konkurente

Strateške ovire, ki jih lahko postavi operater se kažejo v visoki ceni dostopa do njegovega omrežja, kar predstavlja dodatno oviro pri vstopu potencialnega konkurenta na upoštevni trg. Alternativni operater je v času gradnje svojega lastnega elektronskega komunikacijskega omrežja pa vse do vzpostavitve celotnega omrežja odvisen od dostopa do elektronskega

komunikacijskega omrežja operaterja s pomembno tržno močjo. Le tako bo alternativni operater lahko v tem prehodnem obdobju ponujal elektronske komunikacijske storitve, saj bo delno uporabljal lastno že izgrajeno elektronsko komunikacijsko omrežje, delno pa bi se posluževal elektronskega komunikacijskega omrežja operaterja s pomembno tržno močjo. V primerih, ko bi operater vstopal na upoštevni trg na osnovi infrastrukture Telekom Slovenije, pa je ves čas odvisen od njega. Pri vstopu na podlagi razvezave lokalne zanke, ki lahko neposredno omogoči konkurenco na dostopovnem nivoju, saj s tem obstoječi operater nudi delno oz. popolno razvezavo lokalne zanke, ki se nahaja v njegovih prostorih, je ovira za vstop visoka cena same razvezave krajevne zanke, poleg nje pa še ovire, povezane s postavitvijo opreme in omrežja za delovanja, ki jo je treba postaviti na tuji stvari, v prostorih konkurenta. Pri vstopu na podlagi preizbire in izbire operaterja pomeni neposredno vstopno oviro visoka cena medomrežnega povezovanja. Tako je potrebno razumeti strateške ovire operaterja s pomembno tržno močjo, saj bo le-ta lahko oviral pridobitev dostopa do elektronskega komunikacijskega omrežja alternativnemu operaterju bodisi s postavljanjem visokih cen bodisi z oviranjem sklepanja sporazumov o dostopu do javnega telefonskega omrežja na fiksni lokaciji. Alternativni operaterji bodo vstopili na trg le, v kolikor bodo regulirane grosistične cene oblikovane tako, da jim bodo omogočale realizacijo razumnega donosa na zadevnem maloprodajnem trgu.

Agencija na podlagi zgornjih ugotovitev ocenjuje, da je tudi v prihodnosti mogoče pričakovati visoke ovire za vstop na upoštevni trg. Na podlagi navedenega agencija ugotavlja, da analiza tega merila kaže na obstoj pomembne tržne moči družbe Telekom.

3. Vpliv velikih uporabnikov na moč operaterja (izravnalna kupna moč)

Kjer so kupci veliki in močni se lahko učinkovito odzovejo na vsak poskus povečanja cene s strani prodajalca. Ne glede na navedeno izravnalna kupna moč pride do izraza samo v primeru, kjer imajo veliki kupci možnost v razumnem času izbirati drugo alternativo (da sploh ne kupijo storitve ali pa da zamenjajo ponudnika) kot odgovor na dejansko ali morebitno povečanje cene.

Agencija ugotavlja, da ima Telekom Slovenije na tem upoštevem trgu 100% tržni delež in je torej edini operater. Zato kupci kot odgovor na dejansko oziroma morebitno povišanje cene, nimajo možnosti zamenjave, torej nimajo vpliva.

Telekom Slovenije v dopisu št. 01/30-214-56/2005 pod točko 7 meni, da si agencija nepravilno razlaga koncept kupne moči. Navajajo, da je dejstvo, da veliki poslovni subjekti, ki poslujejo z družbo Telekom Slovenije imajo izravnalno kupno moč, saj gre za podjetja, ki praviloma kupujejo celovite poslovne rešitve in ne le osnovnih telefonskih storitev, to pa po njihovo pomeni, da so za podjetje kot stranka pomembna tudi na drugih področjih in ne le na tistih, kjer ima Telekom Slovenije pomembno tržno moč.

Agencija se z navedbo ne strinja saj v primeru analize na upoštevem trgu ne analizira celovitih rešitev ampak pri kriteriju preverja izravnalno kupno moč kupcev, na trgu javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji. Agencija je analizirala možnost vplivanja petih največjih poslovnih končnih uporabnikov javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji na moč družbe Telekom Slovenije in ugotovila, da niti vsak posamezen od njih niti vsi skupaj nimajo moč vplivanja, saj ima vseh pet skupaj le 9,32% delež v celotnem prometu javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitvah na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike.

Uporabniki imajo tudi možnost izbire, da različne storitve kupujejo pri različnih operaterjih, torej je potrebo storitve tudi ločeno analizirati. Telekom Slovenije je tudi edini, ki ima dostop

do vseh uporabnikov v R Sloveniji in iz tega vidika dodatno prednost pred v ponudbi pred konkurenti.

Zaradi omenjenega agencija ugotavlja, da na tem upoštevem trgu kupec nima izravnalne kupne moči, to je moči, da bi lahko vplivala na tržno moč oziroma položaj Telekoma Slovenije.

4. Elastičnost povpraševanja

Da bi mogli spremljati pojave na trgu (povpraševanje, količine, cene) je nujno poznati elastičnost povpraševanja. Prvi tip elastičnosti povpraševanja je t.i. cenovna elastičnost povpraševanja, s katero se ocenjuje obseg sprememb v količini povpraševanje po različnih vrstah storitev glede na spremembe v cenah. Na koeficient cenovne elastičnosti povpraševanja vpliva število substitutov, ki jih ima neka storitev, prioritete, ki jo ima v očeh kupcev potreba, ki se zadovoljuje s to storitvijo glede na druge potrebe kupca ter kupne moči kupca, kakor tudi čas. Če ima storitev večje število substitutov je zelo verjetno, da je povpraševanje po tej storitvi cenovno elastično.

Pri popolno elastičnem povpraševanju je krivulja povpraševanja vodoravna. Že majhno povečanje cene bo povzročilo, da bodo kupci prenehali kupovati storitev. Pri popolno neelastičnem povpraševanju je krivulja povpraševanja navpična. Ne glede na spremembo cene bodo kupci kupovali isto količino storitve. Da bi ocenili ali izračunali kolikšna je elastičnost povpraševanja moramo poznati krivuljo povpraševanja. Krivulja povpraševanja kaže na kombinacije cene in količine povpraševanja.

Agencija ugotavlja na podlagi pridobljenih podatkov in opredelitve upoštevne trga, da ima družba Telekom 100% tržni delež na upoštevem trgu in da sama sprememba cene ne more vplivati na spremembo obsega povpraševanja, kar kaže na neelastičnost povpraševanja.

5. Faza v razvoju trga

Dodatni pogled pri ocenjevanju stanja konkurence na trgu je presoja faze razvoja trga, od katere je odvisno veliko indikatorjev konkurence, kot npr. tržni deleži, ovire za vstop na trg in trend razvoja cen. Življenjski cikel oz. faza v razvoju opisuje gibanje parametrov kakovosti in obsega, ki jih posamezna organizacija na zanje značilen način s časom doživi in jih je mogoče precej natančno napovedati. S svojim delovanjem podjetja vplivajo na trg, na katerem so prisotni ostali akterji - potencialni konkurenti. Pri tem ocenjujemo ali je trg šele nastal (zanj je značilno inovativnost, prilagodljivost, malo izkušenj, nizka stopnja financiranja iz zunanjih virov) ali se nahaja v fazi rasti (povečanje koristi za ostale udeležence, zniževanje stroškov, profesionalizacija, (pre)optimistično vstopanje v nove posle) ali zrelosti (znanje in izkušnje s trgi, tehnologijo, majhni stroški na enoto zaradi ekonomije obsega, stabilnost, togost oz. neprilagodljivost ovira inovacije).

Glede na to, da le Telekom Slovenije opravlja javno dostopne nacionalne telefonske storitve na fiksni lokaciji za poslovne in rezidenčne uporabnike, lahko le njega štejemo za ponudnika teh storitev.

Glede na to, da slovenski trg kar se tiče razvitosti in pokritosti sodi med razvite trge ocenjujemo, da je omenjeni trg v fazi zrelosti.

6. Tehnološke prednosti

Tehnološka prednost predstavlja oviro za vstop potencialnih konkurentov na trg kot tudi prednost pred obstoječimi konkurenti.

Telekom Slovenije razpolaga s sodobno razvitim omrežjem z razvejano prenosno infrastrukturo, iz česar, ob upoštevanju dolgoletne tradicije pri zagotavljanju javno dostopnih telefonskih storitev in vlaganj v inovacije in posodobitve, izhaja, da ima know-how in omrežje, ki ga drugi operaterji nimajo. Popolno digitalizacijo je Telekom Slovenije dosegel leta 2001. Telekom Slovenije je v posodabljanje omrežij v letu 2004 namenil 15,1 milijarde tolarjev oziroma 4,3% celotnih sredstev, s čemer je povečal vgrajene zmogljivosti za 18 do 33 odstotkov, tako v hrbtničnem kot dostopovnem delu. Taka tehnološka prednost, ne glede na mnenje Telekoma Slovenije izraženo v odgovoru na poziv na izjasnitev, da agencija napačno tolmači koncept tehnološke prednosti, predstavlja oviro za vstop novih operaterjev na upošteven trg in konkurenčno prednost pred potencialnimi konkurenti, saj podjetje razpolaga s tehnologijo, ki je drugim nedostopna ali omejeno dostopna.

Agencija zaključuje, da tudi ta indikator kaže na pomembno tržno moč družbe Telekom Slovenije.

7. Doseganje ekonomij obsega oziroma ekonomij povezanosti

Ekonomije obsega so značilne za proizvodne procese, ki vsebujejo visoke fiksne stroške, kar je tudi značilnost komunikacijskih trgov. Ekonomije obsega predstavljajo oviro za vstop kot tudi prednost pred obstoječimi konkurenti.

Agencija ocenjuje, da ima Telekom Slovenije bistveno prednost pred potencialnimi konkurenti z vidika ekonomije obsega, saj lahko zagotavlja javno dostopne nacionalne telefonske storitve z bistveno nižjimi stroški kot drugi operaterji, ki bi morali šele zgraditi oz. nadgraditi dostopovno omrežje. Potencialni operaterji, ki bi želeli vstopiti na trg, bi se soočili z visokimi stroški, ki bi v začetni fazi onemogočili ponudbo zadevne storitve po nižji ceni in s tem zagotovitev ustrezne penetracije oskrbovanega področja. Ob pogojih nereguliranja trga, lahko obstoječi operater izkaže nižje stroške na enoto storitev kot potencialni konkurenti. To mu omogoča, da zagotavlja končne klice po nižjih cenah kot drugi operaterji.

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

Telekom Slovenije ima prednost pred potencialnimi konkurenti iz naslova ekonomije obsega in z vidika ekonomije povezanosti, saj deluje na ozemlju celotne države in ponuja paleto storitev širokemu krogu uporabnikov, pri čemer je penetracija na upoštevnem maloprodajnem trgu glede na število prebivalcev zelo visoka. Prednost, ki jo Telekom Slovenije pri tem dosega se kaže v zadovoljevanju niza različnih storitev in zagotavljanju storitev z nižjimi stroški na enoto v razmerju do potencialnih konkurentov, kar omogoča porazdelitev skupnih stroškov (common costs) na več vrst in večji obseg storitev.

Agencija ugotavlja, da ima Telekom Slovenije glede na upoštevanje tega merila pomembno tržno moč.

8. 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 družba, ki ima to moč, prenese moč na drug potencialno konkurenčen trg. Ker je vzvod orodje za izrinjanje konkurentov iz potencialno konkurenčnega trga, omejitev njihove prodaje oz. dohodkov, ali zgolj za oviranje potencialnih konkurentov pri vstopu na trg, se ga razume tudi kot obliko izključevanja. Vertikalni vzvod se lahko definira tudi kot: »vsaka praksa prevladujočega, ki nekaterim uporabnikom odreka dostop do nujnih inputov z namenom vzdrževanja monopolne moči in to moč iz enega segmenta trga (segment ozkega grla) prenaša na drug trg (potencialno konkurenčen trg)«. Ker vzvod povzroča tržno moč na potencialno konkurenčnem trgu je običajno škodljiv za celotno družbeno blaginjo.

Telekom Slovenije nastopa tako na medoperaterskem kot na maloprodajnem trgu dostopa do omrežja. Kljub temu, da sta navedena trga ločena od trgov javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji za poslovne oz. rezidenčne uporabnike, pa so ti trgi med seboj povezani oziroma komplementarni. Dostop je vhodni element oziroma produkt, medtem ko so klici končni produkt na maloprodajnem trgu - storitev dostopa oziroma posredovanja klicev na grosističnem nivoju je del celotne cene klica na maloprodajnem nivoju. V opazovanem obdobju je imel Telekom Slovenije na medoperaterskem nivoju (trg vzpostavljanja klicev v javnem telefonskem omrežju na fiksni lokaciji), kakor na maloprodajnem nivoju (trg dostopa do javnega telefonskega omrežja na fiksni lokaciji) tržni delež v višini 100% in pomembno tržno moč. Zaradi navedenega trenutno alternativni operater ne bi mogel ponujati javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji neodvisno od storitev dostopa, ki jih nudi Telekom Slovenije. Po drugi strani pa je tržna moč na medoperaterskem trgu dostopa odraz stanja in razmer na povezanem maloprodajnem trgu javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji, oziroma ta tržna moč izhaja iz tržne moči na zadevnem maloprodajnem trgu. Dejstvo je namreč, da je povpraševanje po storitvah dostopa oziroma vzpostavljanja klicev v javnem telefonskem omrežju na fiksni lokaciji izvedeno iz ponudbe storitev končnim uporabnikom na maloprodajnih trgih, to je na trgu javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji za poslovne in rezidentne končne uporabnike, pri čemer je bistveni element ponudbe cena teh storitev, ki jo plačajo končni uporabniki. Tržna moč Telekoma Slovenije na medoperaterskem trgu posredovanja klicev s fiksne lokacije v javnem telefonskem omrežju je tudi odraz obsega končnih uporabnikov na upoštevem maloprodajnem trgu, zlasti ob upoštevanju dejstva, da je penetracija gospodinjstev na upoštevem maloprodajnem trgu in penetracija glede na število prebivalcev zelo visoka.

Telekom Slovenije sam določa oziroma kontrolira ceno inputov (dostop) na tem upoštevem maloprodajnem trgu kar lahko predstavlja oviro za druge ponudnike pri vstopu na trg javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji za končne uporabnike. Po drugi strani pa lahko Telekom Slovenije z določitvijo prenizkih maloprodajnih cen (ki niso naravnane na pokrivanje stroškov) teh storitev onemogoča zadostno razliko med grosističnimi in maloprodajnimi cenami na upoštevem trgu, kar ravno tako onemogoča oziroma ovira vstop alternativnih operaterjev na vertikalno integriran upoštevni maloprodajni trg ter ji omogoča ohranjanje obstoječe tržne moči tako na upoštevem maloprodajnem trgu kot na vertikalno integriranih medoperaterskih trgih. V navedenih primerih deluje vertikalna veriga od krajevnega dostopa na medoperaterskem trgu do dostopa do omrežja na zadevnem maloprodajnem upoštevem trgu in obratno.

Agencija zaključuje, da tudi to merilo kaže na pomembno tržno moč Telekoma Slovenije.

9. Možnost dostopa do finančnih virov

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

Agencija je preverjala naslednje kazalnike:

- stopnjo osnovnosti kapitala:

Koeficient kaže, kolikšen je delež osnovnega kapitala v celotnem kapitalu podjetja.

Iz podatkov družbe Telekom Slovenije je razvidno, da stopnja osnovnosti kapitala pada in sicer iz 34,21% v letu 2002 na 31,48% v letu 2004 (prva polovica leta). Iz navedenega izhaja, da so se v celotnem kapitalu povečale kapitalske rezerve, rezerve iz dobička, preneseni čisti dobiček iz prejšnjih let in/ali prevrednotevalni popravek kapitala.

- stopnja dolžniškosti kapitala:

Delež dolgov v financiranju kaže, kolikšen del sredstev podjetja je financiran s tujimi viri oziroma dolgovi. Iz podatkov družbe Telekom Slovenije izhaja, da je bil ta delež v letu 2004 21,82 % (prva polovica leta) oziroma 25,51% v letu 2003. Nižja vrednost kazalca zmanjšuje tveganje glede vračila glavnice in obresti. Agencija ocenjuje, da velik delež kapitala v financiranju (in s tem posledično nizek delež dolgov) zmanjšuje tveganje pri poslovanju.

- koeficient dolgovno- kapitalskega razmerja:

Koeficient kaže razmerje med dolgovi in kapitalom. Iz podatkov družbe Telekom Slovenije izhaja, da ima koeficient trend padanja, v letu 2002 je znašal 39,2 %, v letu 2003 34,49% ter 28,10% v letu 2004 (prva polovica leta).

- ROE (koeficient čiste dobičkovnosti kapitala):

Kazalnik je pravzaprav najpomembnejši kazalec poslovanja podjetja, saj (posredno) meri donosnost naložbe lastnikov podjetja. Kaže koliko donosa je ustvarila ena denarna enota lastniškega kapitala. Iz podatkov družbe Telekom Slovenije je razvidno da ROE narašča in sicer od 2,92 % v letu 2002 na 4,3 % v letu 2004.

Agencija ugotavlja, da je struktura kazalnikov ugodna. Majhen delež dolgov in posledično velik delež kapitala zmanjšuje tveganje pri poslovanju, s tem pa je tudi dostop do finančnih virov ugodnejši.

10. Nadzor nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti

Agencija ugotavlja, da ima družba Telekom edina nadzor nad javnim telefonskim omrežjem na fiksni lokaciji na področju Republike Slovenije, ki ji omogoča nudenje javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji za rezidentne končne uporabnike, kar ji daje pomembno konkurenčno prednost in priložnost vplivanja na konkurenčnost okolja.

Preostala podjetja, ki so v uradni evidenci agencije registrirana za opravljanje storitev dostopa do javnega telefonskega omrežja na fiksni lokaciji za rezidenčne oz. poslovne uporabnike (trg 1 in 2) pa nastopajo le na določenem geografskem območju, ali pa še sploh nimajo svojega omrežja, z izjemo družbe Voljatelj d.d., ki pa trenutno šele preizkuša in testira delovanje svojega omrežja.

Agencija ocenjuje, da bi vstop na trg javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji za poslovne končne uporabnike zahteval znatne investicije, pretežno kot potopljene stroške oziroma stroške, ki ne bodo povrnjeni pri izstopu iz trga. Ti potopljene stroški, skupaj

z ekonomijami povezanosti in gostoto (density), povečujejo ovire za vstop za operaterje, ki načrtujejo nova krajevna dostopovna omrežja. Zaradi pomembnosti gostote, bo vstop na trg ekonomsko upravičen le, če bo penetracija na trgu javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji za končne uporabnike zadosti visoka.

V skladu z navedenim agencija meni, da je do izvedbe naslednje ekonomske analize, malo možnosti za nov vstop in zagotavljanje storitev na upoštevem trgu, v obsegu ki bi bistveno spremenil položaj na trgu ali posegel v položaj družbe Telekom na upoštevem trgu, zaradi dejstva, da ima družba Telekom kontrolo nad infrastrukturo, ki se je na da zlahka podvojiti. Zaradi vsega navedenega je agencija mnenja, da je na kratki rok malo možnosti za nov vstop in zagotavljanje storitev na upoštevem trgu

Ugotovitve o stanju konkurence

Iz opravljene analize na podlagi zgoraj navedenih meril izhaja, da ima družba Telekom Slovenije pomembno tržno moč na upoštevem trgu »javno dostopne nacionalne telefonske storitve na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike« in ni učinkovite konkurence na trgu. Na to kažejo različni indikatorji analiziranih meril. Zelo pomemben pokazatelj o obstoju pomembne tržne moči je visok tržni delež temelječ na času trajanja klicev v višini 100%, ki ga ima družba Telekom Slovenije na upoštevem trgu.

Iz analize nadalje izhaja, da Telekom Slovenije nadzoruje infrastrukturo, ki jo ni mogoče zlahka podvojiti, poleg tega agencija ocenjuje, da je vstop na ta upoštevni trg zelo otežen zaradi ovir za vstop novih operaterjev, ki obstajajo tako zaradi tehnoloških prednosti, kot zaradi prisotnih visokih potopljenih stroškov, dejstva, da je razvezava krajevne zanke v začetni fazi regulacije in je izbira ter predizbira operaterja predmet predvidene regulacije na upoštevni medoperaterskih trgih vzpostavljanja klicev v javnem telefonskem omrežju na fiksni lokaciji. Vse to, ob visoki stopnji penetracije in dejstvu, da Telekom Slovenije sam določa oziroma kontrolira ceno inputov (dostop) na tem upoštevem maloprodajnem trgu, dodatno otežuje vstop alternativnih operaterjev na trg.

Telekom Slovenije je operater, ki deluje na celotnem ozemlju države in ponuja paleto storitev širokemu krogu končnih uporabnikov, zato dosega tako ugodnosti ekonomije obsega, ki mu omogoča nižanje stroškov, kot ekonomije povezanosti, ki mu omogoča porazdelitev stroškov na različne storitve. Iz kazalnikov financiranja izhaja, da ima družba Telekom Slovenije majhen delež dolgov in posledično velik delež kapitala, kar zmanjšuje tveganje pri poslovanju, s tem pa je dostop do finančnih virov ugodnejši. Telekom Slovenije je tudi edini operater, ki ima v lasti dostopovno omrežje, s katerim pokriva celotno ozemlje Republike Slovenije.

Agencija je v skladu z 19. členom ZEKom Telekom Slovenije na upoštevem trgu »Javno dostopne nacionalne telefonske storitve na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike« določila za operaterja s pomembno tržno močjo, saj ima položaj enakovreden prevladujočemu položaju, torej tak ekonomski vpliv, da mu omogoča znatno mero samostojnosti nasproti konkurentom, uporabnikom in potrošnikom.

Agencija mora pri opravljanju ekonomske analize upoštevati tako obstoječa dejstva, kot tudi relevantne potencialne spremembe na upoštevem trgu v bližnji prihodnosti oz. do naslednjih tržnih analiz. Ekonomska analiza pri ugotavljanju stanja na trgu tako upošteva obdobje do naslednjega pregleda stanja na upoštevem trgu. Glede na določilo 21. člena ZEKom mora agencija tržne analize opravljati v rednih časovnih intervalih, ki ne smejo biti daljši od enega leta. Agencija na podlagi zgornjih ugotovitev ocenjuje, da v navedenem

časovnem okviru ni mogoče pričakovati bistvenih sprememb na področju stanja konkurenčnosti tega upoštevnega trga. Agencija bo spremljala razvoj trga.

Tržna analiza pri ugotavljanju stanja na trgu tako upošteva obdobje do naslednjega pregleda stanja na upoštevem trgu. Glede na določilo 21. člena ZEKom mora agencija tržne analize opravljati v rednih časovnih intervalih, ki ne smejo biti daljši od enega leta.

Agencija je zato odločila tako kot izhaja iz 1. točke izreka te odločbe.

C. O obveznostih operaterja s pomembno tržno močjo

Agencija se pri sprejemanju ukrepov odloča tako, da operaterju s pomembno tržno močjo naloži tiste obveznosti, ki so potrebne za doseg ciljev iz 120. člena ZEKom. Pri tem gre predvsem za pospeševanje učinkovite konkurence pri zagotavljanju elektronskih komunikacijskih omrežij, elektronskih komunikacijskih storitev, povezanih zmogljivosti in storitev ter skrb za interese državljanov EU. Prav tako želi agencija s sprejetimi ukrepi prispevati k razvoju notranjega trga. Agencija mora pri izbiri obveznosti, ki jih bo naložila operaterju s pomembno tržno močjo, ravnati v skladu z načelom sorazmernosti kot to določa drugi odstavek 22. člena ZEKom. To pomeni, da lahko agencija naloži operaterju s pomembno tržno močjo zgolj tiste obveznosti, ki so nujno potrebne za doseg ciljev. Ukrepi, ki jih sprejema agencija, morajo biti čim bolj tehnološko nevtralni, primerni in sorazmerni.

Agencija je na podlagi opravljene analize ocenila, da je potrebno družbi Telekom Slovenije naložiti obveznosti povezane z regulacijo maloprodajnih storitev. Na podlagi 2. odstavka 28. člena lahko agencija obveznosti iz tega člena naloži le, če upoštevni trg, namenjen končnim uporabnikom, ni dovolj konkurenčen, obveznosti iz členov 23 do 27. in 30. člena ZEKom pa ne bi dosegle ciljev, ki jih na trgu zasleduje. Agencija se je odločila za naložitev obveznosti, ki so povezane z regulacijo maloprodajnih storitev, na navedenem upoštevem trgu, ker morebitne grosistične obveznosti ne bi povzročile takojšnjih učinkov (oz. v obdobju do izvedbe naslednjih tržnih analiz) na maloprodajnem trgu, ki so na tem maloprodajnem trgu nujni, saj so učinki grosističnih ukrepov na trgu zaznavni šele po poteku določenega časa.

Glede na dejstvo, da je Telekom Slovenije že na podlagi prejšnje zakonodaje imel naložene grosistične obveznosti in se stanje na trgu v tem času ni spremenilo, saj je obdržal 100% tržni delež, agencija ocenjuje, da že naložene obveznosti na upoštevem trgu 11 »Razvezan dostop do krajevne zanke in podzanke z namenom zagotavljanja širokopasovnih in govornih storitev (medoperaterski trg)« in predvidene obveznosti na upoštevem trgu 8 »Vzpostavlanje klicev v javnem telefonskem omrežju na fiksni lokaciji«, ne bi dosegla cilja čim prejšnje odprave nepravilnosti in pomanjkanja učinkovite konkurence na tem upoštevem trgu, ki ga agencija mora zasledovati.

Agencija je mnenja, da operater, ki ima edini v lasti dostopovno omrežje ni izpostavljen infrastrukturni konkurenci na maloprodajnem trgu in bi odsotnost stroškovne regulacije maloprodajnih cen privedla do anomalij na trgu, kar bi rezultiralo v previsokih ali prenizkih cenah javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitvah na fiksni lokaciji za končne uporabnike oz. v premajhni razliki med grosistično in maloprodajno ceno, kar bi omejevalo vstop alternativnih ponudnikov na upoštevni trg 5.

Zaradi navedenega se je agencija odločila za naložitev obveznosti, povezanih z regulacijo maloprodajnih storitev.

Telekom Slovenije ima edini omrežje na fiksni lokaciji, ki pokriva celotno ozemlje Republike Slovenije. Zaradi tega ima Telekom Slovenije prednost tudi na dostopu do javnega telefonskega omrežja na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike, saj ima kontrolo nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti. Poleg tega tudi na dostopu obstajajo tako zaradi tehnoloških prednosti, kot tudi zaradi visokih potopljenih stroškov in potrebnem doseganju ekonomije obsega, ob visoki stopnji penetracije, ovire za vstop novih operaterjev na ta dva trga. Agencija je tudi ugotovila, da podvajanje dostopovnega omrežja ne predstavlja izvršljive alternative ter da je malo verjetno, da se bo to spremenilo v bližnji prihodnosti. To dostopovno omrežje pa predstavlja osnovo za posredovanje nacionalnih klicev na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike. Telekom Slovenije ima tudi na trgu javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike 100% tržni delež (temelječ tako na prihodkih kot tudi glede na čas trajanja klicev) in ima na teh trgih prevladujoč položaj ter pomembno tržno moč.

Na podlagi analize in glede na navedeno, ob upoštevanju povezanosti upoštevne trga s trgom dostopa do javnega telefonskega omrežja na fiksni lokaciji, agencija ugotavlja, da na upoštevni trgu obstaja pomanjkanje konkurence in ocenjuje, da samo grosistične obveznosti, ne dosegajo ciljev pospeševanje učinkovite konkurence, razvoja notranjega trga in zaščita interesov končnih uporabnikov. V takšnih razmerah operater s pomembno tržno močjo med drugim lahko:

- omejuje konkurenco s postavljanjem prenizkih cen,
- oblikuje necenovne parametre, s katerimi bi preprečeval učinkovito konkurenco.

Agencija, na podlagi opravljene analize upoštevne trga ter glede na določbe 28. člena ZEKom nalaga družbi Telekom Slovenije naslednje obveznosti, ki so posredno ali neposredno povezane z regulacijo maloprodajnih storitev:

1. Prepoved omejevanja konkurence s postavljanjem prenizkih cen

Agencija lahko, v skladu z drugim odstavkom 28. člena zakona, naloži operaterju s pomembno tržno močjo obveznost, ki vključuje prepoved omejevanja konkurence s postavljanjem prenizkih cen. Tako ravna agencija zlasti, kadar oceni, da obstaja možnost, da bi operater s pomembno tržno močjo lahko omejeval konkurenco na naveden način.

Vertikalno integrirano podjetje, ki ima pomembno tržno moč na grosističnem trgu lahko izpostavi svoje konkurente na maloprodajnem trgu škarku cen, če jim zaračunava grosistično ceno, ki je višja od maloprodajne cene po kateri sam nudi storitve na istem upoštevni trgu, oziroma izpostavi svoje konkurente na maloprodajnem trgu prenizki razliki med, maloprodajnimi in grosističnimi cenami, zato da se potencialnemu konkurentu vstop na zadevni trg ne bi splačal ali da celo ne bi mogel pokriti vseh stroškov nudenja zadevne storitve. Obstoječi operater lahko s postavljanjem prenizkih maloprodajnih cen, posluje z izgubo na maloprodajnem trgu, da bi s tem iz trga izrinil obstoječega konkurenta oziroma potencialnim konkurentom preprečil vstop na zadevni trg, nato pa v prihodnosti takšno izgubo nadomesti z dvigom cen na tako ustvarjenem nekonkurenčnem trgu. Postavljanje prenizkih maloprodajnih cen na navedeni način, predstavlja za končne uporabnike korist zgolj na kratek rok, na dolgi rok pa ne. Večja ali manjša možnost omejevanja konkurence s postavljanjem prenizkih cen je med drugim odvisna tudi od obstoja in stopnje asimetrije med (potencialnimi) konkurenti, zlasti pri dostopu do finančnih virov.

Agencija je na podlagi analize že ugotovila, da je struktura kazalnikov financiranja Telekom Slovenije ugodna. Majhen delež dolgov in posledično velik delež kapitala zmanjšujejo tveganje pri poslovanju, dostop do finančnih virov pa je ugodnejši, kar družbi Telekom

Slovenije omogoča, da bi za storitve posredovanja klicev v določenem časovnem obdobju, lahko zaračunavala tako nizko ceno, s katero bi krila zgolj kratkoročne mejne stroške, ne pa tudi skupnih oz. splošnih stroškov, in cenovno izrivanje konkurentov. Glede na to, da družba Telekom Slovenije nudi širok spekter storitev ter je prisotna na več upoštevnihih trgih hkrati, njegovi potencialni konkurenti pa nudijo veliko manjši nabor storitev, morajo ti konkurenti s svojo maloprodajno ceno posamezne storitve kriti veliko večji del skupnih stroškov na enoto takšne storitve, kot družba Telekom Slovenije, s tem pa je možnost njihove cenovne konkurenčnosti na maloprodajnem trgu omejena, njihova končna maloprodajna cena pa lahko postane popolnoma nekonkurenčna maloprodajni ceni velikega operaterja, če bi jo ta oblikoval na tako nizki ravni.

Agencija ocenjuje, da je razlika med maloprodajno in grosistično ceno prenizka, ter da obstaja možnost škarij cen (grosistična cena je višja od maloprodajne cene – v kolikor pa je nižja in se vstopajoči operater priključi na nižjem nivoju pa mora investirati v telekomunikacijsko opremo kar tudi predstavlja visok strošek).

Agencija, na podlagi ugotovitev iz te analize, nalaga družbi Telekom Slovenije obveznost oz. prepoved omejevanja konkurence s postavljanjem prenizkih cen.

Ukrep je tehnološko nevtralen in sorazmeren s ciljem, saj onemogoča postavljanja prenizkih maloprodajnih cen hkrati pa omogoča vstop novih operaterjev na trg.

2. Stroškovno naravnane cene in stroškovno računovodstvo

Agencija lahko, v skladu s tretjim odstavkom 28. člena zakona, hkrati z naložitvijo obveznosti na podlagi drugega odstavka istega člena predpiše eno izmed metod regulacije cen maloprodajnih storitev.

Agencija se za naložitev tovrstnih obveznosti odloči v primerih, ko oceni, da bi operater s pomembno tržno močjo zaradi pomanjkanja učinkovite konkurence, utegnil obdržati ali previsoke cene ali prenizko razliko med maloprodajnimi in grosističnimi cenami, v škodo končnih uporabnikom.

Na upoštevnihih trgih javno dostopne nacionalne telefonske storitve na fiksni lokaciji za rezidentne uporabnike (maloprodajni trg) obstaja pomanjkanje učinkovite konkurence. Operater s pomembno tržno močjo vzdržuje maloprodajne cene, ki so v nekaterih primerih priključitve alternativnega operaterja v omrežje obstoječega operaterja nižje od grosističnih cen. Telekom Slovenije z oblikovanjem grosističnih in maloprodajnih cen tako, da so grosistične cene visoke glede na maloprodajne, vpliva tudi na maloprodajni trg in onemogoča vzpostavitev konkurence na maloprodajnem trgu oziroma onemogoča vstop potencialnim konkurentom. Operater s pomembno tržno močjo tako vpliva na maloprodajni trg in onemogoča vzpostavitev konkurence na maloprodajnem nivoju.

Za zagotovitev zadostne razlike med grosistično in maloprodajno ceno oziroma odpravo navedenih nesorazmerij, bi bilo potrebno, da bi bile maloprodajne cene javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike Telekoma Slovenije. stroškovno naravnane, za podporo stroškovni naravnosti cen pa bi bilo tudi potrebno, da družba Telekom Slovenije, vzpostavi ustrezen sistem stroškovnega računovodstva.

Takšna obveznost bi onemogočala, da bi operater s pomembno tržno močjo zaračunaval previsoke cene za določene storitve, hkrati pa bo tudi onemogočala, da bi operater zaračunaval prenizke cene ter s tem oteževal vstop na trg konkurenčnim operaterjem.

Agencija je preučila metodo popolno alociranih stroškov na podlagi preteklih stroškov (FAC HCA). Agencija ugotavlja, da ta metoda ne more učinkovito nadomestiti odsotnost konkurence in posledično neprimernih cen. Na eni strani so prekomerno visoke cene lahko rezultat neučinkovitosti na strani operaterja s pomembno tržno močjo, na drugi pa lahko metoda popolno alociranih preteklih stroškov da napačne spodbude za investiranje; tekoči stroški se lahko zelo razlikujejo od preteklih stroškov. Stroški operaterja s pomembno tržno močjo na podlagi njegovega računovodstva po preteklih stroških (HCA) so zaradi navedenega neprimerni in jih agencija za presojo stroškovno naravnanih cen javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji, za poslovne in rezidenčne uporabnike, ne more upoštevati.

Agencija je pri izbiri metode za oblikovanje stroškovno naravnanih cen poleg strokovnega in teoretičnega vidika upoštevala tudi stanje na področju oblikovanja cen v družbi Telekom.

Agencija je zaradi navedenega, upoštevajoč stanje v družbi Telekom Slovenije, za oblikovanje stroškovno naravnanih cen javno dostopnih nacionalnih telefonskih storitev na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike Telekomu Slovenije naložila, da mora preiti iz računovodstva preteklih stroškov na računovodstvo tekočih stroškov, kot izhaja iz prve alineje druge točke izreka. Pri tem mora nov sistem stroškovnega računovodstva, ki temelji na tekočih stroških in popolno alociranih stroških vzpostaviti do 1.3.2006.

Agencija meni, da je postavljeni rok primeren in ustrezen, tako z vidika zahtevnosti vzpostavitve sistema stroškovnega računovodstva kot je opisan zgoraj kot tudi z računovodskega vidika, saj se zahteva vzpostavitev novega sistema ob začetku leta šteje kot najboljša praksa.

Družba Telekom Slovenije mora najkasneje do 31.5.2006 zagotoviti revidiranje sistema stroškovnega računovodstva, ki temelji na tekočih stroških in popolno alociranih stroških, s strani pooblaščenega revizorja ter poslati agenciji opis vzpostavljenega sistema stroškovnega računovodstva, ki prikazuje najmanj glavne kategorije, po katerih so stroški razvrščeni v skupine in pravila, ki se uporabljajo za razporeditev stroškov, skupaj s poročilom revizorja. Postavljen rok za zagotovitev revidiranja tega sistema s strani pooblaščenega revizorja je primeren tako z vidika časa potrebnega za revidiranje vzpostavljenega računovodskega sistema, kot tudi ob upoštevanju dejstva, da je potrebno izvesti revizijo računovodskega sistema pred revizijo letnih poročil gospodarskih družb.

Najkasneje do 30.9.2006 mora družba Telekom Slovenije tudi objaviti nove cene za javne telefonske storitve na fiksni lokaciji za poslovne uporabnike, ki bodo oblikovane v skladu z navedenim vzpostavljenim sistemom stroškovnega računovodstva ter agenciji posredovati stroškovno dokumentacijo in kalkulacije objavljene cene, iz katere bodo razvidni vsi elementi cene.

Družbi Telekom Slovenije so pri izpolnjevanju obveznosti iz te točke v pomoč priporočila in smernice, ki jih sprejema Evropska komisija na področju stroškovnega računovodstva in stroškovne naravnosti cen.

Agencija meni, da je obveznost stroškovne naravnosti cen in stroškovnega računovodstva primerna in sorazmerna, ker je potrebna za vzpostavitev konkurence na trgu. Ta obveznost bo agenciji zagotovila večji nadzor nad razvojem trga, uveljavila učinkovitost in omogočila konkurenco ter s tem omogočila končnim uporabnikom učinkovito uporabo elektronskih komunikacij. V kolikor agencija ne bi naložila te obveznosti ne bi imela vpliva na stroškovno naravnost cen. Agencija tudi meni, da so navedeni roki primerni, glede na zahtevnost izpolnitve predlaganih obveznosti.

Agencija je zaradi vsega navedenega odločila o, kot izhaja iz druge točke izreka te odločbe.

Na podlagi 118. člena ZUP-UPB1 mora organ v odločbi odločiti o stroških postopka. Ker v tem postopku stroški niso nastali, je agencija odločila kot izhaja iz tretje točke izreka te odločbe.

Skladno s 118. členom ZEKom so odločbe agencije v upravnem postopku dokončne, zato zoper to odločbo ni pritožbe. Na podlagi 117. člena ZEKom izdaja direktor agencije splošne akte ter odloča o posamičnih zadevah iz pristojnosti agencije

Pravni pouk: Zoper to odločbo je mogoče sprožiti upravni spor v roku 30 dni od njene vročitve. Upravni spor se sproži s tožbo, ki se vloži pri Upravnem sodišču Republike Slovenije v Ljubljani. Tožbo se lahko pošlje priporočeno po pošti ali da ustno na zapisnik pri sodišču. Tožba se vloži v treh izvodih, priložiti pa je treba to odločbo v izvorniku ali overjenem prepisu.

Ta odločba je na podlagi 22. člena Zakona o upravnih taksah (Uradni list RS, št. 40/04 – uradno prečiščeno besedilo) takse prosta.

Odgovorna oseba:
Tomaž Simonič
v.d. direktorja