



**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

## **ANALIZA UPOŠTEVNEGA TRGA**

### **TRG 17**

# **Nacionalni trg za mednarodno gostovanje v javnih mobilnih telefonskih omrežjih (medoperaterski trg)**

**Ljubljana, Julij 2006**



## **KAZALO**

|  |    |
|--|----|
| 1. Tržna analiza .....   | 3  |
| 1.1. Potek postopka .....  | 3  |
| 1.2. Pravna podlaga .....  | 3  |
| 2. Opredelitev upoštevnega trga .....  | 4  |
| 2.1. Kaj je mednarodno gostovanje? .....   | 4  |
| 2.2. Usmerjanje prometa .....  | 6  |
| 2.3. Mobilne zveze .....   | 7  |
| 2.4. Zamenljivost povpraševanja .....  | 7  |
| 2.5. Zamenljivost ponudbe .....  | 8  |
| 2.6. Definicija upoštevnega storitvenega trga .....  | 9  |
| 2.7. Geografski trg .....  | 9  |
| 3. Analiza upoštevnega trga .....  | 10 |
| 3.1. Tržni delež operaterja na upoštevnelem trgu in spreminjanje njegovega tržnega deleža na upoštevnelem trgu v daljšem obdobju ..... | 10 |
| 3.2. Ovire za vstop na upoštevni trg in vpliv na potencialno konkurenco na tem trgu .....  | 12 |
| 3.3. Vpliv velikih uporabnikov na moč operaterja .....   | 13 |
| 3.4. Doseganje ekonomij obsega in ekonomij povezanosti .....   | 14 |
| 3.5. Kontrola nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti .....  | 15 |
| 3.6. Tehnološke prednosti .....  | 15 |
| 3.7. Obstoj skupne pomembne tržne moči .....   | 15 |
| 4. Zaključki analize .....   | 17 |

## 1. Tržna analiza

### 1.1. Potek postopka

Agencija je 3.3.2006 z dopisom pozvala vse fizične in pravne osebe, ki zagotavljajo javna komunikacijska omrežja oz. izvajajo javne komunikacijske storitve ter so vpisani v uradno evidenco agencije, da izpolnijo vprašalnike, na podlagi katerih bo agencija izvedla tržne analize na vseh 18 upoštevnihih trgih. Rok za dostavo podatkov je bil 31.03.2006. Z izpolnjenimi vprašalniki je agencija pridobila podatke za obdobje od 30.6.2004 do 31.12.2005. Pridobljeni vprašalniki so osnova za vse nadaljnje analize v dokumentu.

V uradni evidenci agencije so vpisani 3 operaterji, ki so agencijo obvestili, da zagotavljajo nudenje mednarodnega gostovanja tujim operaterjem. To so:

1. družba Mobitel telekomunikacijske storitve, d.d. (v nadaljevanju Mobitel),
2. Si.mobil telekomunikacijske storitve, d.d. (v nadaljevanju Si.mobil) in
3. družba Western Wireless International d.o.o. (v nadaljevanju WWI).

Operater WWI se je s slovenskega trga umaknil z dnem 31.5.2006, kar je Agencija v analizi upoštevala z vidika prihodnjega razvoja trga. Frekvence WWI je prevzel operater Tušmobil d.o.o., od katerega se pričakuje začetek delovanja na mobilnem trgu še v letu 2006.

### 1.2. Pravna podlaga

Evropska zakonodaja definira pravni okvir pogojev za zagotavljanje elektronskih komunikacijskih storitev in omrežij. To so:

- Direktiva 2002/21/EC Evropskega parlamenta in Sveta o skupnem ureditvenem okviru za elektronska komunikacijska omrežja in storitve, ki predstavlja okvirno direktivo,
- Direktiva 2002/20/EC Evropskega parlamenta in Sveta o odobritvi elektronskih komunikacijskih omrežij in storitev
- Direktiva 2002/19/EC Evropskega parlamenta in Sveta o dostopu do elektronskih komunikacijskih omrežij in pripadajočih zmogljivosti ter njihovem medsebojnem povezovanju
- Direktiva 2002/22/EC Evropskega parlamenta in Sveta o univerzalni storitvi in pravicah uporabnikov v zvezi z elektronskimi komunikacijskimi omrežji in storitvami.

Cilj regulativnega okvirja je oblikovati pravni okvir za zagotavljanje elektronskih komunikacijskih omrežij in storitev s ciljem zagotavljanje učinkovite konkurence. Slovenski pravni red je z Zakonom o elektronskih komunikacijah (Uradni list RS, št. 43/04 in 86/04, ZVOP-1 v nadaljevanju ZEKom) prevzel določbe novega regulativnega paketa.

Zakon ureja pogoje za zagotavljanje elektronskih komunikacijskih omrežij in za izvajanje elektronskih komunikacijskih storitev. Agencija za pošto in elektronske komunikacije, (v nadaljevanju: agencija) na podlagi zakona ter podzakonskih aktov zagotavlja pogoje za učinkovito konkurenco s tem pa omogoča enakopravno delovanje operaterjev na telekomunikacijskem trgu.

V skladu s prvim odstavkom 21. člena ZEKom mora agencija v sodelovanju z organom, pristojnim za varstvo konkurence, v rednih časovnih intervalih analizirati trge iz Splošnega akta o določitvi upoštevnihih trgov (Uradni list RS, št. 77/04). Agencija v okviru tega postopka po uradni dolžnosti opravlja analizo Nacionalni trg za mednarodno gostovanje v javnih mobilnih telefonskih omrežjih (medoperaterski trg). 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 upoštevnihih trgu pomembno tržno moč.

Novi regulativni okvir na področju elektronskih komunikacij v Evropski uniji (v nadaljnjem besedilu: EU) kot tudi ZEKom predvidevata tristopenjski proces v postopku določitve operaterja s pomembno tržno močjo in naložitve obveznosti z namenom reševanja težav na področju konkurence.

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

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

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

## **2. Opredelitev upoštevnega trga**

Pri opredelitvi upoštevni trgov je potrebno upoštevati določila novega regulativnega okvira na področju elektronskih komunikacij v EU. Na podlagi prvega odstavka člena 15 Direktive 2002/21/ES, Evropskega parlamenta in Sveta z dne 7. marca 2002 o skupnem regulativnem okviru za elektronska komunikacijska omrežja in storitve (UL L 108, 24.4.2002, str. 33; v nadaljnjem besedilu: Okvirna direktiva) 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 (UL L 114, 8.5.2003, str. 45; v nadaljnjem besedilu: Priporočilo o upoštevni trgih produktov in storitev). V njem je Evropska komisija opredelila trge produktov in storitev v sektorju elektronskih komunikacij, katerih značilnosti lahko utemeljujejo uvedbo regulativnih obveznosti iz posebnih direktiv in so tako lahko predmet predhodne (ex-ante) regulacije. Pri določitvi t.i. 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.

Posamezni upoštevni trg, določen v splošnem aktu, je treba podrobneje opredeliti oz. definirati glede na to, 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, to je zamenljivost povpraševanja in zamenljivost ponudbe, kar omogoča, da se upošteva specifične nacionalne okoliščine pri oblikovanju posameznega upoštevnega trga produktov in storitev.

Agencija bo pred opredelitvijo storitev in trgov podala značilnosti mednarodnega gostovanja, ki so pomembne za razumevanje delovanje trga 17.

### **2.1. Kaj je mednarodno gostovanje?**

Mednarodno gostovanje (roaming) je možnost uporabe mobilnega telefona zunaj omrežja domačega mobilnega operaterja v omrežju tujega operaterja. To pomeni, da lahko uporabnik

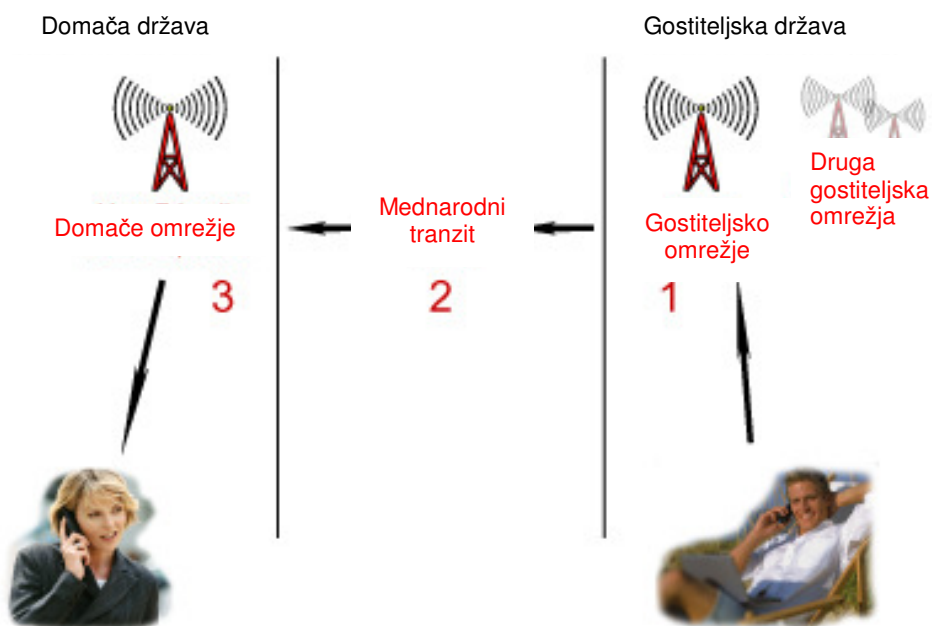
zunaj države kliče oz. sprejema klice, pošilja in sprejema SMS sporočila ter mu je omogočen dostop do drugih storitev. Slovenski trg za mednarodno gostovanje se nanaša na tuje uporabnike, ki gostujejo v omrežju na območju Slovenije (»visited network«) in so uporabniki svojega operaterja v tujini (»home network«).

Maloprodajna storitev gostovanja se ne zagotavlja neodvisno od drugih mobilnih storitev, temveč je del ponudbe, ki jo ponujajo mobilni operaterji. Za zagotavljanje mednarodnega gostovanja morajo operaterji med seboj skleniti bilateralne pogodbe, ki temeljijo na recipročnosti dogovorov. Cilj dogovora je uskladitev medsebojnih pogojev izvajanja mednarodnega gostovanja ter določitev medoperaterske tarife (IOT – Inter Operator Tariff). IOT tarifa je cena za uporabo tujega omrežja in je cena po kateri si mobilna operaterja zaračunavata klice mednarodnega gostovanja.

V mednarodnem gostovanju ločujemo dva tipa roaming klica, in sicer: odhodni gostujoči klic in dohodni gostujoči klic. IOT tarifa se zaračunava pri prometu, ki izvira iz gostiteljskega omrežja, medtem ko se zaključevanje klica (dohodni promet) pri gostujočem uporabniku zaračunava standardna tarifa za zaključevanje klicev.

V nadaljevanju sta prikazana primera uporabe mobilnega telefona v drugi državi z načinom obračunavanja klica, ko gostujoči uporabnik uporablja omrežje v drugi državi za klicanje v omrežje v domači državi oziroma, ko sprejme klic iz omrežja v svoji domači državi.<sup>1</sup>

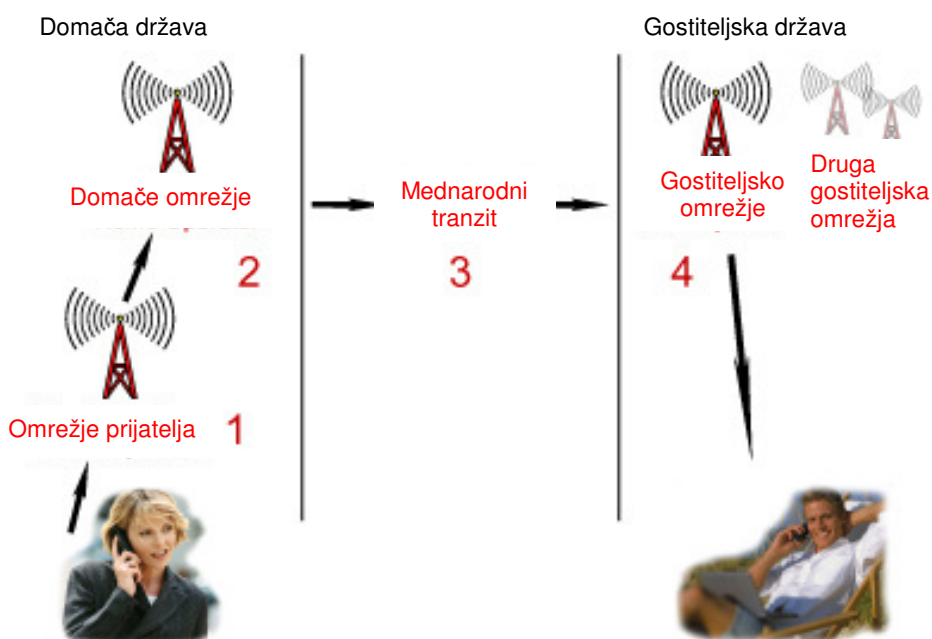
1. Če gostujoči uporabnik (npr. iz Avstrije), ki gostuje v gostiteljskem omrežju (v Sloveniji) kliče v svojo državo (Avstrijo), (1) gostiteljsko (slovensko) omrežje (»visited network«) sprejme klic, (2) poišče mednarodno številko in preusmeri klic preko mednarodne povezave v njegovo domače (avstrijsko) omrežje (»home network«), (3) ki preusmeri klic do klicane številke.



SLIKA 1: KLIC DOMOV V PRIMERU GOSTOVANJA V TUJINI

<sup>1</sup> Using my mobile abroad: are prices dropping?, [http://europa.eu.int/information\\_society/activities/roaming/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/information_society/activities/roaming/index_en.htm)

2. Primer kot ga prikazuje slika 2, gostujoči uporabnik sprejme v gostiteljskem omrežju klic, (1) ki je bil vzpostavljen v enem izmed domačem (avstrijskem) omrežju, (2) kateri operater klic preusmeri v njegovo domačo omrežje (»home network«), (3) omrežje zazna, da se klicani nahaja v omrežju druge države (Sloveniji) in preusmeri klic preko mednarodnega tranzita, (4) do gostujočega (slovenskega) omrežja, v katerem se nahaja klicani. S tem se vzpostavi povezava med klicočim iz domače države (Avstrije) in klicanim, ki se nahaja v gostovanju (v Sloveniji).



SLIKA 2: SPREJEM KLICA, V PRIMERU GOSTOVANJA V TUJINI

Način obračunavanja klica je različen glede na smer klica. V prvem primeru, ko se gostujoči uporabnik (iz Avstrije) nahaja v omrežju roaming partnerja, se opravljeni klic obračuna po ceniku gostiteljskega (slovenskega) operaterja. Če pa uporabnik v gostiteljevem (slovenskem) omrežju sprejme klic iz domačega (avstrijskega) omrežja, plača klic po tarifi za klic v gostovanju po ceniku svojega operaterja. Stroški se obračunajo glede na to, v katerem mednarodnem območju se nahaja država, v kateri gostuje (glej razdelitev držav na območja).

V nacionalni trg mednarodnega gostovanja so vključeni le klici, ki jih uporabnik tujega operaterja opravi v omrežjih slovenskih operaterjev (odhodni promet), vanj pa ni vključen dohodni promet na njegovo številko kot tudi ne promet slovenskih uporabnikov, ki gostujejo v tujini. Roaming promet, ki ga uporabnik slovenskega mobilnega omrežja opravi v tujini, je na grosistični ravni predmet regulacije v tuji državi.

## 2.2 Usmerjanje prometa

Pogodba o mednarodnem gostovanju mobilnim operaterjem omogoča, da lahko njihovi uporabniki uporabljajo svoj mobilni telefon tudi v tujini. Običajno operaterji sklenejo pogodbe

z več operaterji v posamezni državi, z namenom, da bi uporabniki imeli čim boljšo pokritost s signalom, ko potujejo zunaj dometa omrežja svojega operaterja. Uporabnik ima možnost priključitve na omrežje tujega operaterja z ročno oz. avtomatsko izbiro omrežja. V primeru nastavitve telefonskega aparata na »avtomatsko izbiro omrežja«, bo sam poiskal operaterja, ki ima na določenem področju najmočnejši signal. V kolikor pa je mobilni aparat nastavljen na »ročno izbiro omrežja«, uporabnik vsakokrat sproti izbere operaterja, katerega storitve želi uporabljati.

Zbrani podatki od operaterjev in ugotovitve drugih nacionalnih regulatorjev<sup>2</sup> kažejo v zadnjem času vedno bolj intenzivno uporabo tehnike usmerjanja prometa. Tuj mobilni operater ima možnost učinkovitega usmerjanja precejšnjega deleža njegovega prometa mednarodnega gostovanja v preferenčno tujo mobilno omrežje. Nadgradnja SIM kartic in nove omrežne funkcije kot so Over-The-Air (OTA) programiranja SIM kartic, metoda CAMEL predplačniško gostovanje, v kombinaciji z vedno bolj inteligentno terminalsko opremo, povečuje možnost določanja tujega mobilnega operaterja, preko katerega bo operater prednostno usmerjal promet svojih naročnikov oziroma predplačnikov, ki gostujejo v tujini.

S tehniko usmerjanja prometa je omogočeno tujim operaterjem da izberejo (slovenskega) operaterja, od katerega bodo »kupovali« storitev mednarodnega gostovanja. Usmerjanje prometa tako vpliva na domače operaterje da znižajo cene in s tem povečajo promet preko svojega omrežja. Posledično možnost usmerjanja prometa slabi tržno moč domačih operaterjev, saj lahko operater iz druge države ob sklenjenih dogovorih z dvema ali več operaterji v državi vedno in hitro izbere operaterja z nižjimi IOT cenami. Usmerjanje prometa zato omogoča večjo konkurenco med operaterji na trgu za mednarodno gostovanje.

### 2.3. Mobilne zveze

V Evropskem mobilnem prostoru so tri mobilne zveze oziroma združenja, katerim so pridruženi mobilni operaterji iz različnih držav: Freemove, Starmap in Vodafone. Članstvo v združenju omogoča posebne ugodnosti in popuste med člani mobilnih operaterjev. Prvo združenje je bilo ustanovljeno oktobra 2003 in deluje pod imenom »The Starmap Mobile Alliance«, v njem pa je vključenih 9 različnih mobilnih operaterjev iz 11 držav. Decembra 2003 je bila ustanovljena druga zveza Freemove Alliance, ki je po številu mobilnih uporabnikov večja od zveze Starmap. Poleg slednjih dveh zvez je na trgu tudi skupina Vodafone, ki deluje v 27 državah na 5 celinah.

### 2.4. Zamenljivost povpraševanja

Zamenljivost povpraševanja se ugotavlja na podlagi zamenljivosti storitve z vidika kupca. Zamenljivost povpraševanja omogoča, da se določi storitve ali nabor storitev, ki so v očeh potrošnika substituti, to so tiste storitve, ki so lahko zamenljive v primeru relativnega zvišanja cen. Pri ugotavljanju obstoja zamenljivosti povpraševanja se mora upoštevati vsako prejšnje obnašanje potrošnikov. Kjer je mogoče, se preveri preteklo gibanje cen potencialnih konkurenčnih storitev. Če pa teh podatkov ni in če je potrebno pa se poišče in preveri verjetne reakcije potrošnikov in ponudnikov na relativno povišanje cen storitev, ki so predmet analize.

<sup>2</sup> Market Analysis – Wholesale International Roaming, doc no. 06/20, 13. april 2006, <http://www.comreg.ie/publications/default.asp?nid=102324&ctype=5>, Decision on significant Market Power in Wholesale market for International Roaming in Finland, 29.12.2005



Možnost uporabnikov, da lahko zamenjajo storitev za 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, na primer 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.

Agencija je analizirala možnost substitucije za tujega končnega uporabnika mobilnega telefonije, ko se le ta nahaja na ozemlju Slovenije, in ugotovila, da za mobilni govorni promet in SMS sporočila ne obstaja substitut preko alternativnih načinov komuniciranja, saj taka omrežja, ki bi omogočila ekvivalentno mobilno komunikacijo na ozemlju R Slovenije ne obstajajo. Druga brezžična tehnologija (zlasti wi-fi točke) ne predstavlja ustreznega substituta za končne uporabnike mobilnih telefonov, saj z njihovo terminalsko opremo (GSM in UMTS telefoni) praviloma ni kompatibilna, ne zagotavlja pa tudi primerne pokritosti ozemlja, saj je dostopna le na lokacijah, kot so hoteli, letališča in podobno. Posledično mora tuj mobilni operater, ki želi svojim končnim uporabnikom ponuditi gostovanje v Sloveniji, skleniti pogodbo o mobilnem gostovanju z najmanj enim izmed operaterjem javnih mobilnih telefonskih omrežij v Sloveniji. Ta omrežja so s svojimi storitvami med seboj zamenljiva, saj izmed njih vsako omogoča gostujočim uporabnikom tujih mobilnih omrežij storitve govora in SMS. Pri tem ni ključno, ali se navedeni storitvi opravljata preko GSM ali UMTS omrežja, saj s stališča končne uporabnika tu ni razlike. Po drugi strani pa uporabniki za podatkovne storitve razen SMS (npr. elektronska pošta in dostop do spletnih vsebin) ne uporabljajo izključno mobilnega telefona, zato se primerljive storitve lahko zagotavljajo tudi zunaj sistema mednarodnega gostovanja in posledično ne sodijo na isti upoštevni trg.

Operaterji iz drugih držav lahko v primeru dviga cene enega izmed slovenskih operaterjev usmerijo govorni in SMS promet v omrežje konkurenčnega operaterja. Ker imajo v praksi operaterji iz drugih držav sklenjenih dva ali več sporazumov s slovenskimi operaterji in zaradi opisane tehnike usmerjanja prometa, za tako zamenjavo tudi ni ovir v smislu stroškov prehoda, zato se storitve vseh slovenskih mobilnih omrežij nahajajo na istem upoštevem trgu.

## 2.5. Zamenljivost ponudbe

Zamenljivost ponudbe pomeni možnost konkurenčnih operaterjev, da v primeru majhnega a pomembnega dviga cene na trgu ponudijo zadostno količino substituta. V primeru, ko so stroški zamenjave zagotavljanja storitve za obravnavano storitev relativno zanemarljivi, mora biti ta storitev vključena v upoštevni trg. Prav tako je potrebno upoštevati obstoječe zakonodajne oz. regulatorne in strukturne ovire, ki lahko preprečijo pravočasen vstop na upoštevni trg in posledično onemogočijo zamenljivost ponudbe.

Pri ocenjevanju možnih substitutov na upoštevem trgu 17 je Agencija najprej ugotavljala, ali bi končni uporabnik tujega mobilnega operaterja v primeru zvišanja cen mednarodnega gostovanja v javnih mobilnih telefonskih omrežij v Sloveniji lahko prešel na drugo zamenljivo storitev. Zaradi omejenosti s terminalsko opremo (GSM oziroma UMTS) in naročniškim oziroma predplačniškim razmerjem za mobilne storitve, že sklenjenim v tujini, taka alternativa ne obstaja. Skladno s tem lahko tuj mobilni operater, ki želi svojim končnim uporabnikom ponuditi storitve gostovanja v Sloveniji, izbira le med storitvami gostovanja v javnih mobilnih telefonskih omrežjih v Sloveniji. Pri tem Agencija dodaja, da je število teh omrežij zaradi omejenosti frekvenčnega spektra, ki ga uporablja mobilna telefonija, nujno omejeno, vstop



na trg za nove operaterje pa je povezan s postopki pridobivanja frekvenc in visokimi stroški gradnje omrežja.

Storitev mednarodnega gostovanja lahko nudijo le operaterji, ki dejansko razpolagajo s svojim mobilnim omrežjem z dodeljenim frekvenčnim spektrom v Republiki Sloveniji. Ti operaterji vstopijo na trg s podpisom pogodbe o mednarodnem gostovanju z operaterjem iz druge države. Ti operaterji lahko na domačem trgu tudi edini predstavljajo alternativo za operaterja iz druge države. Ker imajo v praksi operaterji iz drugih držav sklenjenih dva ali več sporazumov s slovenskimi operaterji in zaradi opisane tehnike usmerjanja prometa, lahko konkurenčni operater v primeru dviga cen takoj odgovori z ugodnejšo ponudbo dodatne količine.

Operaterji mobilnih storitev brez lastnih dostopovnih omrežij ne morejo ponuditi alternative naupoštevem trgu, saj ne razpolagajo z lastnim dostopovnim omrežjem.

## **2.6. Definicija upoštevnega storitvenega trga**

Agencija je na upošteveni trg vključila vse odhodne govorne klice, ki jih ustvarijo uporabniki tujih mobilnih operaterjev, ko gostujejo v omrežjih operaterjev mobilnih komunikacij v Sloveniji, ne glede na uporabljeno tehnologijo (GSM ali UMTS). Dohodne minute v omrežje slovenskih mobilnih operaterjev so vključene na trg za zaključevanje govornih klicev v posamično mobilno omrežje in zato ne sodijo na predmetni upošteveni trg. Prav tako na ta trg ne sodi promet, ki ga generirajo uporabniki slovenskih mobilnih operaterjev, ki gostujejo v tujini in uporabljajo tuje mobilno omrežje.

S storitvijo govorne telefonije je tesno povezana tudi storitev SMS, ki se tako na grosistični kot na maloprodajni ravni praviloma prodaja v povezavi z govorno storitvijo. Glede na mednarodne raziskave javnega mnenja gostujoči uporabniki z namenom prihranka tudi pogosteje uporabljajo SMS sporočila (Vir: TNS MRBI Residential Telecommunications Survey – ComReg Doc. 04/30c, Quarterly Report, March 2004 in Finnish Communications Regulatory Authority – Mobile Phone Usage Abroad, Spring 2005). Skladno s tem uvrščamo SMS na isti produktni trg, vendar zaradi nesamostojnosti z vidika načina prodaje sam po sebi ne predstavlja substituta govornemu klicu. Za vse ostale podatkovne mobilne komunikacije Agencija sodi, podobno kakor drugi regulatorji v Skupnosti, da trenutno še ne sodijo na isti upošteveni trg, in gre zgolj za komplementarne storitve, ne pa za substitute govornim in SMS storitvam. Celotni prihodek iz naslova podatkovnih mobilnih komunikacij v gostovanju ne predstavljajo več kot 3,4 % delež med celotnimi prihodki mobilnih operaterjev. Za pošiljanje drugega podatkovnega prometa nadalje obstajajo alternativni viri (zlasti internet), na katerega se je možno priključiti tudi na drugih telekomunikacijskih priključkih. Za podatkovni promet praviloma ni potrebno, da poteka v realnem času, zato v očeh uporabnikov praviloma tudi ni bistveno povezan z njihovo mobilnostjo.

## **2.7. Geografski trg**

Upošteveni geografski trg obsega vsa področja, kjer operaterji 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.

Agencija je mnenja, da je geografski trg za medoperaterski trg 17 nacionalni trg mednarodnega gostovanja (medoperaterski trg) območje Republike Slovenije v skladu s

sprejetim splošnim aktom. Omrežji operaterjev Mobitela in Si.mobila, ki sta osrednja akterja na trgu, zagotavljata povezljivost pod enakimi pogoji na celotnem ozemlju Republike Slovenije.

### 3. Analiza upoštevnega trga

V okviru analize agencija ugotavlja ali na posameznem upoštevne trgu obstaja učinkovita konkurenca. Evropska komisija je sprejela smernice, ki naj bi pomagale nacionalnim regulatorjem držav članic EU pri ugotavljanju obstoja konkurence na upoštevne trgih in ocenitvi položaja s pomembno tržno močjo. Iz Smernic Komisije o analizi trga in oceni pomembne tržne moči v skladu z regulativnim okvirom Skupnosti za elektronska komunikacijska omrežja in storitve (UL C 165, 11.7.2002, str. 6; v nadaljnjem besedilu: Smernice 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 regulativni organ v primeru, da ugotovi, da na ustreznem trgu ni učinkovite konkurence, določiti podjetje s pomembno tržno močjo na tem trgu in v skladu s členom 16(4) Okvirne direktive naložiti ustrezne obveznosti ali pa ohraniti ali spremeniti take obveznosti, kjer že obstajajo. Agencija je na podlagi šestega odstavka 19. člena ZEKom zavezana, da pri določanju pomembne tržne moči ravna skladno z zakonodajo ES in dosledno upošteva smernice Evropske komisije, ki urejajo tržno analizo in določitev pomembne tržne moči na področju javnih komunikacijskih omrežij in storitev.

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

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

Kadar agencija presoja, ali ima operater pomembno tržno moč v skladu s prvim odstavkom 19. člena ZEKom, upošteva primeroma določena merila v četrtem odstavku omenjenega člena. Agenciji pri določitvi operaterja s pomembno tržno močjo ni potrebno kumulativno uporabiti vsa merila, temveč upošteva tista merila, ki so primerna in na podlagi katerih lahko oceni položaj operaterja oz. operaterjev na trgu. Agencija je pri tržni analizi upoštevala naslednja merila:

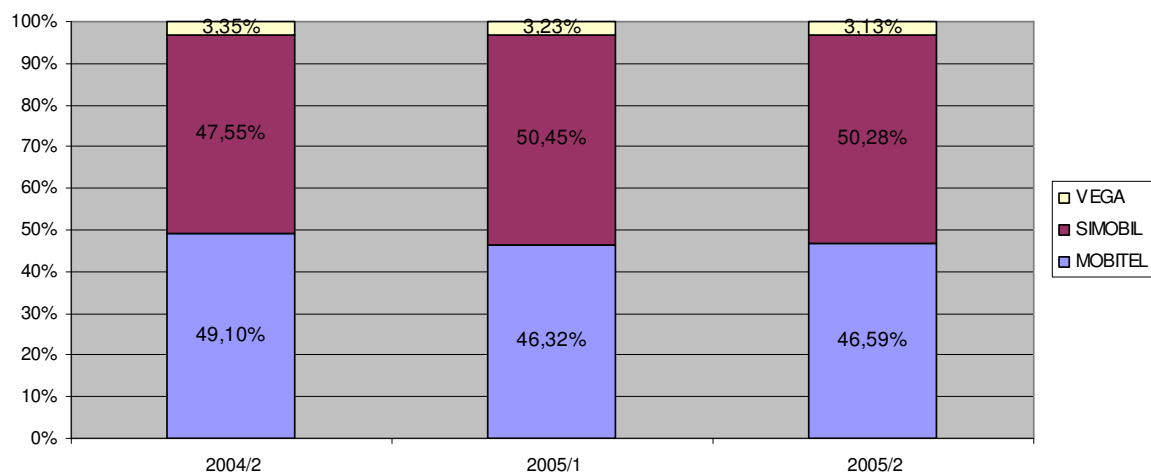
#### 3.1. Tržni delež operaterja na upoštevne trgu in spreminjanje njegovega tržnega deleža na upoštevne trgu v daljšem obdobju.

Zelo visok tržni delež operaterja je pomemben pokazatelj o obstoju prevladujočega položaja na trgu. Iz obsežne sodne prakse Sodišča ES (Zadeva AKZO/Komisija, C-62/1986, točka 60) izhaja, da je že samo dejstvo, da ima neko podjetje tržni delež večji od 50%, dokaz o obstoju pomembne tržne moči na določenem trgu. Podjetju z visokim tržnim deležem se lahko pripisuje pomembno tržno moč, če je bil tržni delež konstanten skozi daljše časovno obdobje.

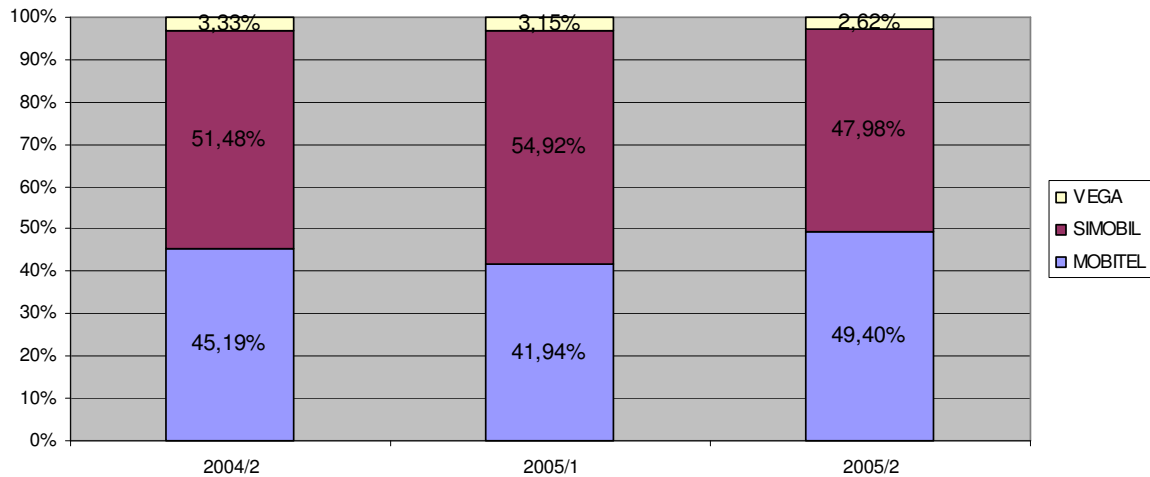
Podatke za izračun tržnih deležev je Agencija pridobila na podlagi izpolnjenih vprašalnikov operaterjev. Za izračun tržnih deležev je bilo upoštevano število odhodnih minut pri posameznem operaterju deljeno z vsemi odhodnimi minutami pri vseh treh operaterjih, ki so bile realizirane pri storitvi mednarodnega gostovanja na ozemlju R Slovenije.

V Sloveniji so v proučevanjem obdobju 2. polletje 2004 do 2. polletje 2005 storitev mednarodnega gostovanja nudili trije operaterji in sicer družbe Mobitel, Si.mobil, in WWI. Tržni delež družbe WWI je bil zelo nizek in je celo rahlo padel, saj ni pokrival celotnega slovenskega ozemlja z mobilnim signalom (za del pokritja je uporabljal omrežje Mobitela). Tržni delež družbe Mobitel je tudi rahlo padel, medtem ko se je tržni delež družbe Simobil rahlo povečal. Vendar med družbama, ki pokrivata s signalom celotno ozemlje R Slovenije ni bistvene razlike v višini tržnih deležev. Družba WWI se je 31.5.2006 umaknila s slovenskega trga, vendar je njen tržni delež zanemarljiv in ne bo vplival na položaj na trgu za mednarodno gostovanje, dodatno konkurenco pa bo v prihodnjih mesecih ponudil še Tušmobil, d.o.o., saj je prevzel radijske frekvence WWI, pridobil pa je tudi številski prostor.

**Tržni delež po minutah odhodnega prometa**



### Tržni delež po prihodkih za odhodni promet



Agencija nadalje ugotavlja, da je tudi tržni delež po prihodkih za odhodni promet med družbama Simobil in Mobitel uravnotežen.

Glede na zgornjo analizo noben operater nima prevladujočega položaja na tem upoštevem trgu.

Agencija je v nadaljevanju presojala tržne deleže tudi z vidika dejstva, da so med prvimi petimi največjimi kupci Si.mobila kar štirje člani zveze Vodafone, katere pogodbeni član je tudi Si.mobil, med njimi pa je v obravnavanem obdobju 19,1 % prihodkov Si.mobila na upoštevem trgu ustvaril Mobilkom, ki kapitalsko obvladuje Si.mobil. Če v analizi promet Mobilkoma ali celo ves promet zveze Vodafone izključimo iz trga kot nekomercialni (»captive«) promet in upoštevamo zgolj promet z drugimi operaterji, dobimo povečan tržni delež Mobitela, ki pa mu še vedno ne daje pomembne tržne moči, saj se kljub takemu deležu ne more obnašati neodvisno od Si.mobila oziroma članov skupine Vodafone. Ne glede na Mobitelov tržni delež namreč člani skupine Vodafone usmerjajo promet v Si.mobilovo omrežje, pri čemer se Mobitel za tak promet na trgu niti ne more potegovati, Si.mobilovo omrežje pa bi lahko v vsakem trenutku ponudilo tudi dodatno kapaciteto drugim operaterjem, ki bi v primeru podražitve prenehali usmerjati promet preko Mobitela. Pri tem dodajamo, da Si.mobilovo omrežje tako kot Mobitelovo na celotnem območju države zagotavlja kvalitetno povezljivost in zato predstavlja zanj primeren substitut.

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

Možnost vstopa konkurenčnega ponudnika na trg, bodisi da vstopajoči vstopa na dolgi rok bodisi za krajši čas, je eden izmed glavnih pritiskov na obstoječe operaterje, vendar le pod pogojem, da je tak vstop verjeten (in ne zgolj hipotetičen), pravočasen in upoštevanja vreden. Možnost vstopa novih ponudnikov na trg zmanjšuje tržno moč ustaljenih (obstojećih) operaterjev, saj ti spričo potencialnega prihoda konkurence ne morejo prosto zviševati cen svojih storitev.

Možnost vstopa konkurenčnih ponudnikov zmanjšujejo ovire za vstop. Ovire za vstop na trg so tisti dejavniki, ki potencialno konkurenco odvrtaajo od prihoda na trg. Lahko se pojavljajo kot strukturne ali pa kot pravne (regulatorne) ovire. Teorija šteje, da strukturne ovire za vstop na trg obstajajo, če pri danem povpraševanju stanje tehnologije in obstoječa struktura stroškov povzročata asimetrične pogoje za bivšega monopolista na eni in operaterji, ki želijo vstopiti na trg, na drugi strani. Pri tem gre največkrat za visoke stroške, povezane z investicijami v izgradnjo lastnega omrežja in nakup ustrezne opreme, s katerimi je ob vstopu na trg soočen konkurenčni operater in ki se pri morebitnem odhodu ne povrnejo (t.i. visoki potopljeni stroški). Strukturne ovire za vstop na trg predstavlja tudi obstoj ekonomij obsega in gostote. Pravne ovire so povezane z izpolnjevanjem zahtev, ki jih postavlja vsakokratna veljavna zakonodaja. Kot take se v teoriji največkrat navajajo omejitve v zvezi z dostopom do nekaterih dobrin (npr. podelitev frekvence za uporabo radijskega spektra) ali pa kontrola nad cenami blaga in storitev po posebnih zakonih, ki omogočajo državi, da določi ceno določenega proizvoda oziroma storitve na trgu.

Ker ovire za vstop onemogočajo prihod novih ponudnikov na trg, se z njimi posledično povečuje tržna moč ustaljenih operaterjev. Višje kot so ovire za vstop na trg, večja je tržna moč takih operaterjev.

Ovire za vstop na obravnavani upoštevni trg so visoke, saj so povezane z investicijami v izgradnjo lastnega omrežja, postavitve komutacijskih centrov, baznih postaj, pridobitvijo radijskih frekvenc in plačila zanje, prenosnih sistemov ter ustreznih medomrežnih povezav.

Agencija ugotavlja, da analiza tega merila kaže na potencialno možnost obstoja operaterja oziroma operaterjev s pomembno tržno močjo na upoštevni trgu. Vendar pa je potrebno pri tem opozoriti, da ta kriterij sam po sebi še ne more kazati na dejanski obstoj pomembne tržne moči.

### **3.3. Vpliv velikih uporabnikov na moč operaterja**

Kjer so kupci zadosti veliki in imajo zadosti moči, se lahko racionalno odzovejo na vsak poskus za zvišanje cen prodajalca. Vendar izravnalna kupna moč obstaja le tedaj, kadar imajo velike stranke zmožnost v razumnem roku uporabiti alternative kot odgovor na zvišanje cene ali grožnjo po zvišanju cen. Alternativa pa je, da bodisi preneha kupovati oziroma bodisi da zamenja ponudnika.

Agencija je v postopku analize ugotavljala izravnalno kupno moč oziroma vpliv velikih uporabnikov na moč operaterjev na upoštevni trgu 17. Agencija je ugotavljala, kolikšen delež prihodkov je v zadnjem obravnavanem obdobju ustvarilo pet največjih kupcev. Pri družbi Mobitel je ta delež znašal 52,7 %, pri družbi Si.mobil je ta delež malo višji 56,9 % medtem ko je pri družbi WWI le 41,6 %.

Agencija tudi ugotavlja, da je največji kupec storitve mednarodnega gostovanja Mobilkom Austria (kapitalsko obvladuje Si.mobil), ki v zadnjem obravnavanem obdobju predstavlja kar 19,1 % vseh prihodkov Si.mobila. Nadalje Agencija ugotavlja, da so štirje največji kupci storitve mednarodnega gostovanja družbe Si.mobil pogodbeno oziroma kapitalsko povezani v zvezo Vodafone, v katero je Si.mobil tudi sam pogodbeno vključen (v sklopu zveze se nudi storitev Eurocall). Glede na posredovane podatke se je promet Si.mobila v opazovanem obdobju s štirimi največjimi operaterji Vodafone Group povečal za 32,8%.

Nadalje ugotavlja Agencija, da operaterji, ki niso povezani s skupino Vodafone Group, večinoma uporabljajo storitev mednarodnega gostovanja družbe Mobitel.

Agencija nadalje ugotavlja, da operater, ki sklene storitev mednarodnega gostovanja s slovenskim operaterjem le-temu nudi tudi storitev mednarodnega gostovanja za njegove uporabnike na svojem omrežju. Skladno s tem praviloma obstaja potreba po medsebojnem dogovarjanju na obeh straneh.

Prav tako Agencija ugotavlja, da iz pridobljenih podatkov izhaja, da nima noben operater sklenjenih ekskluzivnih medsebojnih dogovorov, ki bi končnim uporabnikom kakorkoli omejevali možnost menjave omrežij, v katerih gostujejo. Prav tako imajo mobilni operaterji možnost, da prednostno usmerjajo promet preko določenega slovenskega mobilnega operaterja, kar bi se lahko v primeru majhnega a relevantnega dviga cene (SSNIP) mobilnega gostovanja v Sloveniji odrazilo v usmerjanju gostujočih uporabnikov določenega operaterja na domačega operaterja z ugodnejšo ceno. Prednostno usmerjanje oziroma njegovo spremembo je mogoče izvesti brez posebnih dodatnih stroškov, saj so sporazumi o gostovanju podpisani na neekskluzivni osnovi in omogočajo takojšnjo spremembo operaterja. Stroški menjave so po drugi strani zanemarljivi tudi v primeru ročne izbire omrežij s strani končnih uporabnikov.

Na podlagi ugotovljenega Agencija ne more zaključiti, da na trgu obstaja operater, ki se obnaša neodvisno od konkurentov, kupcev in potrošnikov. Za to ugotovitev je poleg vzajemnosti sporazumov o gostovanju in možnosti prednostnega usmerjanja ključna vključenost Si.mobila v mednarodno združenje Vodafone Group, ki ga kot recipročno združenje kupcev in prodajalcev omejuje pri neodvisnem obnašanju na trgu oziroma njegovemu usklajenemu ravnanju z Mobitelom. Na mestu pa je ugotovitev, da je Si.mobil z Vodafonom povezan pogodbeno in ne kapitalsko, kar bi njegovim kupcem iz združenja Vodafone v primeru dviga cen še vedno omogočalo menjavo operaterja.

### **3.4. Doseganje ekonomij obsega in ekonomij povezanosti**

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

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

Agencija je v analizi upoštevne trga 16 »Zaključevanje govornih klicev v posamičnih javnih mobilnih telefonskih omrežjih« na podlagi pogovornih minut ugotavljala velikost tržnega deleža posameznega operaterja pri skupnem dohodnem prometu na področju zaključevanja govornih klicev med vsemi operaterji javnih mobilnih telefonskih omrežjih. Ugotovila je, da se v omrežju družbe Mobitel zaključuje največje število minut (>84 %), kar kaže na prednost iz vidika ekonomije obsega in povezanosti. Za vse storitve se uporablja enotno mobilno omrežje in s tem so fiksni stroški visoki. Tržni delež na podlagi količine zaključenih minut pomeni dejansko zasedenost omrežje in s tem nižje stroške na enoto.

Prednosti družbe Si.mobil pa so v sami pogodbeni povezanosti in s tem boljši povezanosti v evropsko in globalno mobilno omrežje, kar tudi dokazuje rast tržnega deleža. Treba je omeniti, da povezanost v globalno omrežje pomeni boljšo pogajalsko moč, saj vključenost v večjo skupino pomeni tudi možnost skupnega nastopa na globalnem trgu. Nacionalni trg



mednarodnega gostovanja je namreč trg, ki ga ne moremo obravnavati povsem ločeno, saj ni neodvisen in na pogoje, ki jih nudi posamezen operater na nacionalnem trgu vplivajo tudi pogoji, ki jih sam dobi na drugih nacionalnih trgih.

Navedeni kriterij posledično ne kaže na posebne prednosti katerega od konkurentov.

### **3.5. Kontrola nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti**

Agencija ugotavlja, da na definiranem geografskem trgu so obstajale tri infrastrukture. Dve pokrivata s signalom celotno ozemlje R Slovenije, tretja pa le delno. Slednja je z 31.5.2006 izgubila status neodvisne infrastrukture, kar pa zaradi zanemarljivega tržnega deleža WWI na trgu za mednarodno gostovanje ne more vplivati na konkurenčni položaj na trgu. Mobilna infrastruktura je torej v osnovi najmanj podvojena kar ne kaže na pomembno tržno moč posameznega operaterja.

Družba Mobitel razpolaga tudi s tehnologijo UMTS, ki je najnaprednejša in omogoča gostovanje tudi UMTS uporabnikom, po drugi strani pa je družba Si.mobil razvila nekoliko manj zahtevno tehnologijo EDGE. Agencija pa ugotavlja, da ni zaznati posebne povezave med navedenimi tehnologijami in uspehom katerega izmed operaterjev na trgu, zato tudi ta kriterij ne kaže na pomembno tržno moč.

### **3.6. Tehnološke prednosti**

Družba Mobitel razpolaga z najprednejšo tehnologijo UMTS, ki omogoča visoke hitrosti podatkov, kar ji omogoča prednosti pred konkurenco, saj lahko tuji UMTS uporabniki uporabljajo to tehnologijo le pri družbi Mobitelu. Uporabljena tehnologija pa zaenkrat še ni odločujoče, saj vplivi na trgu še niso bistveni in ne kažejo na pomembno tržno moč Mobitela. V zadnjih letih v Evropi ni opaznega povečanja števila ponudnikov in uporabnikov tehnologije UMTS na grosističnem trgu mednarodnega gostovanja, temveč se pričakuje povečanje v prihodnosti. V Sloveniji je trenutno en operater s frekvenco za zagotavljanje storitev UMTS. Agencija je objavila javni razpis za izdajo dodatnih treh odločb o dodelitvi radijskih frekvenc za zagotovitev storitve UMTS na celotnem ozemlju Republike Slovenije. Agencija predvideva, da bodo prihodnje poleg Mobitela ponudili UMTS tudi drugi operaterji.

### **3.7. Obstoj skupne pomembne tržne moči**

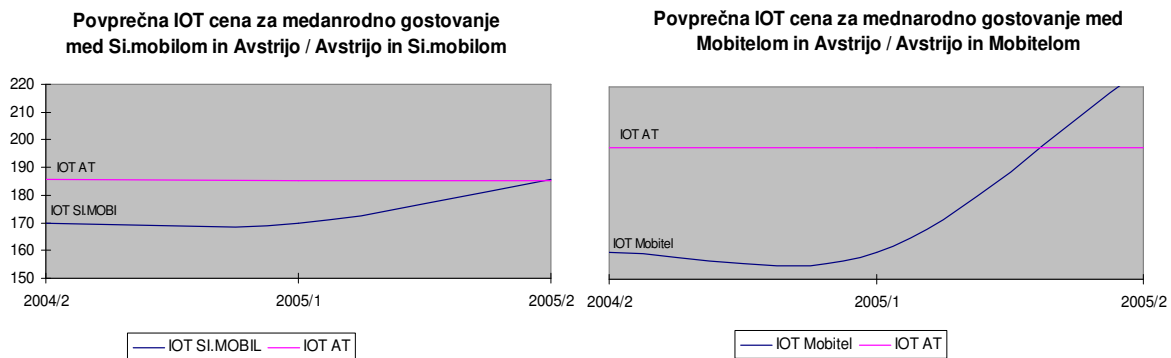
Zaradi obstoja dveh subjektov z relativno visokimi tržnimi deleži je Agencija nadalje ugotavljala, ali bi lahko imela ta subjekta skupaj pomembno tržno moč v skladu s petim odstavkom 19. člena ZEKom. Agencija je med drugim ugotovila, da kljub relativni koncentraciji tržnih deležev in njihovemu relativno počasnemu spreminjanju, oviram za vstop na trg, ki jih predstavlja omejenost frekvenc in vstopa na trg, zrelosti trga, neelastičnosti povpraševanja in homogenosti klicev in SMS kot produkta, iz naslednjih razlogov tovrstna skupna pomembna tržna moč ne obstaja:

1. že opisana visoka stopnja izravnalne kupne moči kupcev iz drugih držav;
2. možnost popustov znotraj mednarodnih združenj, zaradi česar je trg manj transparenten in onemogoča povračilne ukrepe;
3. odsotnost neformalnih povezav med operaterjema;
4. tehnična možnost usmerjanja prometa med operaterji.



Za obstoj morebitne pomembne tržne moči bi lahko bila relevantna zlasti usklajena cenovna gibanja med Mobitelom in Si.mobilom, vendar pa teh ni zaznati. V začetku analize je Agencija ugotovila velik razkorak med cenami, ki jih zaračunavajo tuji operaterji slovenskim operaterjem proti cenam, ki jih zaračunavajo slovenski operaterji tujim. Ugotavljamo, da so bile te razlike tudi do 40 %. Dvig cen s strani slovenskih operaterjev v opazovanem obdobju je zato pripisati izenačevanju s cenami, ki jih sami plačujejo za identično storitev drugim operaterjem v EU. Prav možnost usmerjanja prometa je bila ena od ključnih razlogov, da so tudi slovenski operaterji prisilili tuje operaterje k izenačevanju cen.

Spodnja grafa prikazujeta povprečno IOT ceno na minuto za mednarodno gostovanje, ki si jo zaračunavajo operaterji za mednarodno gostovanja. Prikazan je primer gibanje povprečne IOT cene z Avstrijo, ki jo plačuje posamezen slovenski operater za gostovanje njegovih uporabnikov v omrežjih avstrijskih mobilnih operaterjih in povprečno ceno za distribucijo klicev gostujočega uporabnika<sup>3</sup>, ki gostuje v posameznem slovenskem mobilnem omrežju. Iz grafa je razvidna razlika v povprečni IOT ceni v začetku opazovanega obdobja, ki pa se je do konca leta 2005 izenačila oz. v primeru Mobitela presešla. Dvig cen tako med slovenskima operaterjema nista povezana po višini, prav tako tudi ni povezave med sedanjimi cenami, ki jih zaračunavata in v Avstriji plačujeta eden in drugi slovenski operater omrežja. Si.mobil zaračunava kot tudi plačuje nižjo povprečno ceno IOT avstrijskim operaterjem od Mobitela, za kar je Agencija mnenja, da se v nižji povprečni IOT ceni odraža vpliv povezanosti Si.mobila in Mobilkoma ter zveze Vodafone.



Nadalje Agencija utemeljuje neobstoj morebitne pomembne tržne moči z ugotovitvijo, ki jo potrjujejo tudi podatki iz analiz upoštevanih trgov o prometu petih največjih tujih operaterjev po prihodu slovenskih operaterjev iz naslova mednarodnega gostovanja. Pred uvedbo usmerjanja s strani tujih operaterjev okrog leta 2004 je bil promet iz Italije približno enak iz omrežij Vodafone Omnitel in Telecom Italia, po uvedbi usmerjanja pa se je promet iz omrežja Vodafone Omnitel povečal kar za približno 45%, po drugi strani pa se je promet znižal za 16% iz omrežja Telecom Italia. Prav tako so pri Si.mobilu med prvimi petimi največjimi kupci storitev mednarodnega gostovanja kar štirje povezani z združenjem Vodafone, istih kupcev pa ni najti med največjimi kupci storitev mednarodnega gostovanja Mobitela. Si.mobilu se je promet s štirimi največjimi operaterji zveze Vodafone v opazovanem obdobju povečal za 33%.

<sup>3</sup> Povprečna cena IOT, ki jo zaračunavajo slovenski mobilni operaterji za mednarodno gostovanje povprečnega uporabnika z naslednjo distribucijo klicev: 45 % v svojo državo od tega 80 % na mobilno in 20 % na fiksno omrežje, 20 % na mobilne številke v Sloveniji, 10 % na fiksne številke v Sloveniji, 10 % v ostale države EU (z upoštevanjem povprečne cene v teh državah glede na promet), 15 % v ostale države bivše Jugoslavije (z upoštevanjem povprečne cene v teh državah glede na promet). Povprečna cena je ponderirana glede na odhodni promet s posameznim operaterjem v tuji državi.

| <b>5 NAJVEČJIH OPERATERJEV</b> |                   |              |
|--------------------------------|-------------------|--------------|
| <b>MOBITEL</b>                 | <b>SIMOBIL</b>    | <b>VEGA</b>  |
| Telekom ITA Mobil              | Mobilkom AVT      | Telering AVT |
| T MOBIL GER                    | Vodafone ITA      | Vodafone ITA |
| T MOBIL CRO                    | Vodafone D2 GER   | TIM ITA      |
| T MOBIL AVT                    | VIP Net CRO       | T-MOBIL GER  |
| Vodafone ITA                   | Telekom ITA Mobil | T-MOBIL CRO  |

#### **4. Zaključki analize**

Iz opravljene analize na podlagi zgoraj navedenih meril izhaja, da na upoštevem trgu 17 »Nacionalni trg za mednarodno gostovanje v javnih mobilnih telefonskih omrežjih (medoperaterski trg)«, na geografskem območju Republike Slovenije obstaja učinkovita konkurenca. Nobeden od operaterjev na trgu nima sam ali skupaj z drugimi položaja, enakovrednega prevladujočemu položaju, ki bi mu omogočal znatno mero samostojnosti nasproti konkurentom, uporabnikom in potrošnikom.

Agencija je do takega zaključka prišla zlasti na podlagi dejstva, da lahko tuj operater s pomočjo tehnologije usmerjanja naglo preusmeri promet k bolj ugodnemu operaterju, recipročnost sporazumov z operaterji v drugih državah pa tudi bistveno zmanjšuje možnost usklajenega delovanja med operaterjema znotraj Slovenije.

Agencija bo nadaljevala s spremljanjem navedenega trga ter gibanja cen, prometa in, širše gledano, poslovnih odnosov na njem.

Agencija nadalje ugotavlja, da zaradi vpetosti in povezanosti nacionalnih trgov in globalnega delovanja operaterjev s sedanjim orodjem ni mogoče vplivati na previsoke maloprodajne cene, zato podpira iniciativo Komisije ter aktivno sodeluje pri pripravi predloga zmanjševanja cen mednarodnega gostovanja.