

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

EVROPSKA REGULACIJA NA PODROČJU MOBILNEGA GOSTOVANJA – PRIMER  
PODJETJA SI.MOBIL

Ljubljana, junij 2010

JANJA OGRINC

## **IZJAVA**

Študentka Janja Ogrinc izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom dr. Marka Jakliča, in da dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 17.06.2010      Podpis: \_\_\_\_\_

## KAZALO

Uvod .....	1
1. Gostovanje .....	2
1.1. Predstavitev osnovnih pojmov .....	2
1.2. Delitev gostovanja po tipu uporabnika.....	3
1.3. Pred komercialna in komercialna faza gostovanja .....	3
1.4. IOT in cene za končne uporabnike storitev gostovanja .....	4
1.5. GSMA .....	7
2. Evropska komisija in pravna osnova evropske regulacije cen v gostovanju .....	10
2.1. Evropska komisija: Generalni direktorat za informacijsko družbo in medije.....	10
2.2. Predlog komisije za evropsko regulacijo cen v gostovanju .....	11
2.3. Uvedba »Evrotarife« v letu 2007 .....	16
2.4. Dodatek k Uredbi evropske regulacije v letu 2009 .....	20
3. Predstavitev Si.mobil-a .....	27
3.1. Osnovne informacije .....	27
3.2. Zaposleni .....	28
3.3. Rezultati v letu 2009 .....	29
3.4. Si.mobil kot del mednarodne skupine .....	30
3.5. Nacionalni regulator APEK .....	32
4. Vpliv regulacije na Si.mobil .....	33
4.1. Predstavitev in primerjava podatkov pred in po regulaciji (2006, 2007, 2008, 2009).....	33
4.1.1. Pogled iz vidika gostujočih uporabnikov v Si.mobil-ovem omrežju .....	33
4.1.2. Pogled iz Si.mobil-ovih uporabnikov v tujini .....	35
4.1.3. Potencialni izgubljeni prihodek .....	38
Sklep.....	39
Literatura in viri .....	41

## KAZALO TABEL

Tabela 1: Prikaz letnega padanja regulirane veleprodajne cene .....	17
Tabela 2: Prikaz letnega padanja regulirane maloprodajne cene .....	18
Tabela 3: Pregled veleprodajnih cen .....	23
Tabela 4: Pregled maloprodajnih cen.....	26
Tabela 5: Si.mobil-ovi rezultati za leto 2009 v primerjavi z leto 2008.....	30
Tabela 6: Odstotkovni pregled gostujočega prometa po celinah .....	34
Tabela 7: Letni odstotkovni prirastek gostujočih minut in prihodka .....	34
Tabela 8: Letni odstotkovni prirastek gostujočih SMS-ov in prihodka .....	35
Tabela 9: Letni odstotkovni prirastek gostujočega prenosa podatkov in prihodka.....	35
Tabela 10: Odstotkovni pregled Si.mobil-ovega prometa po celinah.....	36
Tabela 11: Letni prirastek uporabnikov in povprečna uporabna minute na enega uporabnika (v %) %) .....	37
Tabela 12: Gibanje povprečne porabe minut in prihodka na uporabnika (v %) .....	37
Tabela 13: Izguba potencialnega prihodka.....	39

## KAZALO SLIK

Slika 1: Pregled regulacijskih zahtev za podatkovni promet .....	26
Slika 2: Gibanje zaposlenih na Si.mobil-u od leta 1999-2009 .....	29
Slika 3: Rast Si.mobil-ovih uporabnikov od 2004-2009.....	30
Slika 4: Zemljevid držav, ki jih pokrivajo članice Telekom Avstrija skupine.....	31
Slika 5: Vodafon-ovi operaterji po svetu .....	32
Slika 6: Gibanje gostujočih minut in prihodkov od leta 2004-2009 .....	34
Slika 7: Gibanje minut in prihodkov Si.mobil-ovih uporabnikov v tujini skozi leta.....	36
Slika 8: Gibanje uporabe SMS-ov in prihodkov iz tega naslova skozi leta.....	38

## Uvod

Veleprodajne in maloprodajne cene za mobilno gostovanje v tujini so, po mnenju evropske komisarke za informacijsko družbo Viviane Reding, neutemeljeno previsoke! Po raziskavah sodeč, se večina ljudi izogiba uporabi mobilnika v tujini, kljub vedno večji uporabi doma. To sta dva glavna razloga za uvedbo evropske regulacije o gostovanju. Regulacija bi naj zagotovila potrošnikom, da izkusijo prednosti mobilne komunikacije tudi v tujini.

Zgoraj napisano so bili razlogi, da je v letu 2007 stopila v veljavo Uredba evropskega Sveta o regulaciji cen mednarodnega gostovanja za vse operaterje v državah članicah Evropske skupnosti. Z zaključno nalogo bom poskušala predstaviti zelo specifično področje tudi znotraj mobilne komunikacije, ki ga v poslovnem žargonu imenujemo »roaming« ali mednarodno gostovanje, in pojasnila nekaj osnovnih pojmov, ki bodo podlaga za razumevanje končnih analiz podatkov na primeru Si.mobil-a. Glede na to, da je mobilna telefonija del našega vsakdanjika, da je Slovenija članica širše skupnosti in da se vedno več povprečnih uporabnikov srečuje z uporabo svojega mobilnega aparata tudi v tujini, bi rada predstavila vpliv omejitvene evropske politike tudi iz vidika mobilnega operaterja in kakšne so posledice Uredbe v primerjavi uporabnik proti operaterju.

To delo je razdeljeno na 4 poglavitna poglavja. V prvem se bom osredotočila na mednarodno gostovanje samo in predstavila osnovne komunikacijske pojme, kot tudi posebnosti gostovanja. Prikazani bodo načini zaračunavanja in kakšno vlogo ima združenje operaterjev v organizaciji z imenom GSM Association.

V drugem poglavju je navedena pravna podlaga Uredbe o regulaciji veleprodajnih in maloprodajnih cen za mednarodno gostovanje. Predstavljeni so razlogi in dejstva, zakaj je do regulacije sploh prišlo, kakšna je zakonodaja in pregled padanja cen skozi leta.

Tretje poglavje je namenjeno predstavitvi podjetja Si.mobil. Prikazani bodo osnovni podatki, gibanje števila zaposlenih in poslovni rezultati v predhodnem letu. Prav tako bo omenjen vpliv mednarodnega okolja na podjetje in kaj pomeni biti član mednarodne skupine Telekom Avstrija ter prednosti in slabosti tega. V tem poglavju bo omenjen tudi nacionalni regulator APEK.

V zadnjem poglavju sem se osredotočila na interne Si.mobil-ove podatke, ki so zaradi zaupne narave prikazani v relativnih številkah. Na podlagi letnih Si.mobil-ovih podatkov o uporabi in prihodkih iz naslova gostovanja, bom poskušala dokazati, da je mogoče regulacija cen gostovanja iz vidika potrošnika dobrodošla in pozitivna, vendar še zdaleč ne dosega obljubljenih rezultatov evropske komisije in je iz vidika operaterjev in s tem predvsem Si.mobil-a, prinesla več škode, kot pa koristi.

Za zaključek bom poskušala nakazati dolgoročne posledice podjetij, na katera se nanaša evropska regulacija.

# 1. Gostovanje

## 1.1. Predstavitev osnovnih pojmov

Roaming ali po slovensko mednarodno gostovanje je definirano po GSM Association (Roaming Handbook, marec 2008, str. 9) kot: »Zmožnost brezžičnega uporabnika, da avtomatično opravlja in prejema govorne klice, pošilja in sprejema podatke ali dostopa do ostalih storitev medtem ko potuje izven geografsko pokritega domačega omrežja z namenom uporabe gostujočega omrežja.«

Prav tako zgoraj omenjena institucija razlaga definicijo za mednarodno gostovanje, ki se glasi: »Mednarodno gostovanje zagotavlja uporabnikom enega omrežja, da uporabljajo storitve drugega operaterja, v kolikor je med obema operaterjema vzpostavljena komercialna pogodba, ki to dovoljuje na podlagi končanih testiranj in tehničnih implementacij.« Sama bi tej definiciji še dodala pojem države, tako da se definicija glasi:« Mednarodno gostovanje zagotavlja uporabnikom enega operaterja, da uporabljajo storitve drugega operaterja, ki se nahaja zunaj meja države domačega operaterja, v kolikor je med obema operaterjema vzpostavljena komercialna pogodba, ki to dovoljuje na podlagi končanih testiranj in tehničnih implementacij.« Država je v tej definiciji pomembno dejstvo, ker poznamo, razen mednarodnega, tudi nacionalno gostovanje, ki pa ga v tem diplomskem delu ne bom obravnavala.

Mednarodno gostovanje (v nadaljevanju gostovanje) bi lahko najprej razdelili na dve fazi in sicer pred komercialno fazo, kjer se dogovarja o pogodbah in cenah, preverja omrežje s tujimi testnimi SIM karticami (IREG), preverjanje pravilnega zaračunavanja (TADIG), in faza po komercialnem začetku, kjer lahko uporabnik svojega operaterja uspešno gostuje v omrežju operaterja, s katerim je bilo sklenjeno gostovanje. Gostovanja pa se delijo na več vrst gostovanj in sicer na podlagi storitev, ki so ponujene uporabniku. Tako se gostovanja poimenujejo:

- GSM gostovanje
- GPRS gostovanje
- 3GSM gostovanje
- Camel gostovanje

GSM gostovanje je angleška kratica za Global System for Mobile Communications in bi v prevodu pomenila globalni sistem za mobilno komunikacijo. S to kratico pa v praksi mobilne telefonije poimenujemo vse glasovne storitve in tudi kratka tekstovna sporočila (v nadaljevanju SMS), ki se uporabljajo v gostovanem omrežju.

GPRS gostovanje pomeni General Packet Radio Service. Kratica se nanaša na vse storitve povezane s podatkovnim prometom pri gostovanju.

3GSM gostovanje ali UMTS gostovanje (Universal Mobile Telephone System) se nanaša na uporabo omrežja pod drugačno frekvenco kot GSM in GPRS gostovanje. Gre za nadgradnjo frekvenčnega omrežja iz 900 in 1800 hercev na 2100 hercev.

Camel gostovanje ali Customized Application for Mobile network Enhanced Logic Roaming omogoča gostovanje uporabnikom predplačniškega plačevanja in jim zagotavlja uporabljanje tako govornih kot tudi podatkovnih storitev.

## **1.2. Delitev gostovanja po tipu uporabnika**

Pomembna razdelitev gostovanja se deli na tip uporabnika. Za operaterja ni pomembno samo, da lahko njegovi lastni uporabniki gostujejo v omrežjih tujih operaterjev, kar v poslovnem žargonu imenujemo »*Customer roaming*«. Pojem »*Visitor roamer*« ali gostujoč uporabnik je vsaj tako pomemben, saj je le-ta generator »čistega« dobička za mobilnega operaterja (zelo laično opredeljeno pomeni v zgoraj omenjenem besedilu »čisti« dobiček, če odmislimo stroške omrežja samega, kot npr. postavitve in vzdrževanje baznih postaj, prezasedenost omrežja, ..., praktično stroški ne obstajajo) Torej, če strnemo zgoraj napisano, se gostovanje deli na:

- Domači uporabniki v tujini
- Tuji uporabniki v domačem omrežju

## **1.3. Pred komercialna in komercialna faza gostovanja**

Vzpostavitev gostovanja med dvema operaterjema je relativno kompleksen proces, na podlagi katerega bom predstavila vse pojme, ki bodo v nadaljevanju potrebni za boljše razumevanje tako predstavljenih dejstev, kot tudi ugotovitev, ki jih bom skozi diplomsko nalogo predstavljala.

Kot že zgoraj omenjeno, je potrebno za vzpostavitev mednarodnega gostovanja kar nekaj korakov, preden lahko naročniki mobilnega operaterja začnejo svoj mobilni aparat uporabljati tudi v omrežju tujega operaterja. V tem procesu sodeluje več ljudi, ki so zaposleni znotraj enega operaterja oz. mobilnega podjetja in so ponavadi člani različnih oddelkov ali sektorjev le-te organizacije. Notranja organizacija in razdelitev dela je seveda različna od operaterja do operaterja, v splošnem pa bi lahko ljudi opredelili v tri skupine. Prva je oddelek za gostovanje, ki je del marketinškega sektorja ali sektorja za medomrežna povezovanja, druga je tehnični oddelek, tretja pa oddelek za informacijsko tehnologijo. Najpomembnejše osebe v pred komercialni fazi so torej koordinator za gostovanje (v nadaljevanju koordinator), specialist za tehnologijo omrežja, ki pa ga v poslovnem žargonu poimenujemo IREG inženir in specialist za zaračunavanje ali TADIG specialist.

Koordinator ima v prvem koraku vlogo, da je glavna kontaktna oseba, na katero se obračajo ljudje iz operaterja, s katerim se bo pričel proces vzpostavitve gostovanja. Koordinator se dogovori in sklene pogodbo z drugim operaterjem, v kateri opredelita pogoje in pravice obeh udeležencev. Med drugim se takrat dogovori tudi veleprodajna cena, po kateri si bosta operaterja uporabo omrežja medsebojno tudi zaračunala. Po sklenitvi in podpisu pogodb se prične testna faza, za katero je predpogoj izmenjava testnih sim kartic in vzpostavitve signalizacijskih vodov (laično rečeno fizične povezave med obema udeležencema). Testna faza pomeni fizično testiranje klicev in kratkih tekstovnih sporočil na podlagi testnih obrazcev. Dejansko to pomeni, da IREG inženir vstavi SIM kartico tujega operaterja v mobilni aparat in opravlja klice na podlagi testnih protokolov, ki so bili posredovani od tujega operaterja. Testna faza traja tako

dolgo, dokler niso vsi testni protokoli uspešno opravljeni. V povprečju in v primeru, da ni nikakršnih komplikacij in anomalij (kar pa je v praksi zelo redko), se lahko testni protokol zaključi tudi v nekaj urah. Naslednji korak je TADIG faza, v kateri se preverja, če so bili vsi klici in ostale storitve pravilno zaračunane. Predpogoj te faze je seveda uspešno opravljen testni protokol, ki ga IREG tester pošlje nazaj tujemu operaterju in prejeti TAP file, ki so bili uspešno posredovani preko klirinške hiše tujemu operaterju. TADIG specialist v primeru uspešne evaluacije testnega protokola in zaračunanih klicev izda certifikat o uspešno zaključenem preverjanju cen ali TCC (Tadig Completion Certificate), kar je zelena luč koordinatorju, da je bilo enosmerno testiranje uspešno zaključeno. V večini primerov je interes vseh operaterjev, da se sklene obojestransko gostovanje, zato se počaka toliko časa, da se celoten zgoraj opisan proces zaključi še iz obratne smeri in takrat se koordinatorja dogovorita o datumu komercialnega odprtja omrežij in podpisu uradnega dokumenta, ki ga imenujemo CLL ali Commercial launch letter.

#### **1.4. IOT in cene za končne uporabnike storitev gostovanja**

Pri mednarodnem gostovanju poznamo dve različni ceni. Prva je na nivoju veleprodaje in se imenuje Inter Operator Tariff ali IOT ter v prevodu med operaterska cena. Druga je končna cena, ki jo operater zaračuna končnemu uporabniku in jo imenujemo tudi retail tariff. Najprej bom opisala IOT, ki je podlaga za postavljanje končnih uporabniških cen. Večinoma se bom sklicevala na pravila, ki so bila postavljena s strani GSMA in sicer v uradno sprejetem dokumentu BA.27 z imenom »Charging and Accounting Principles« in na dokument z imenom IOT Handbook, ki je v večini napisan samo kot dopolnilo za pojasnjevanje vsem pravilom in vodilom k uradnemu dokumentu BA.27.

Na ravni med operaterskih cen je uvedel GSMA pravila in standardizacije na podlagi katerih se je gostovanje začelo zaračunavati. Preden začnemo postavljati veleprodajne cene, je potrebno osnovne elemente, na katere se operaterjeve cene nanašajo, standardizirati. Na podlagi teh standardov zagotovimo možnost prenašanja zaračunanih informacij med operaterji. BA.27 zahteva minimalno 16 različnih standardiziranih storitev, sama pa jih bom med temi opisala le nekaj. Za lažje razumevanje bom še enkrat povzela, kako sploh pride do zaračunanja med operaterskih cen. Predpogoj je seveda komercialno sklenjena pogodba o medsebojnem mednarodnem gostovanju. Tako pride uporabnik D2 Vodafone Nemčija v Slovenijo in uporablja Si.mobil-ovo omrežje, kot gostovano omrežje za uporabo svojega mobilnega aparata za klic v njegovo domače omrežje. V tem primeru bo na podlagi zapisa o klicu ali CDR-ju Si.mobil zaračunal operaterju D2 Vodafone Nemčija trajajoč klic po veljavnem ceniku, potrjenem med obema operaterjema, ta pa bo šele po prejetih TAP file-ih, ki jih prejme od Si.mobil-a, zaračunal svojemu uporabniku po končni (retail) ceni.

Po BA.27 obstaja 15 pravil pri postavljanju veleprodajnih cen, katera so obvezujoča za vse operaterje. Ta pravila dokazujejo restriktivno vlogo GSMA pri postavljanju veleprodajnih cen, zato jih bom poskusila na kratko povzeti.

- veleprodajne cene morajo biti objavljene na Infocentru (spletni portal GSMA) in biti na voljo vsem operaterjem, ki so člani GSMA, razen nacionalnim konkurentom,



- veleprodajne cene operaterja morajo biti skladne za vse njegove partnerje. V primeru, da je operater prisiljen, zaradi kakršne koli regulacije, ponujati posebne veleprodajne cene, je to zapisano v spodnjem poglavju,
- veleprodajne cene morajo veljati najmanj za periodo šest mesecev. Edine 3 izjeme so opisane v spodnjem odstavku ali začasne promocije za znižanje cene,
- operater sme svoje veleprodajne cene spremeniti samo 1. v mesecu, z minimalno periodo 6 mesecev med spreminjanjem cen. Za boljše razumevanje, se zgornje pravilo nanaša na vsako spremembo elementa cene, kot je monetarni znesek ali sprememba v zaračunanem intervalu,
- operater mora objaviti povišane cene vsaj 60 dni v naprej in najmanj 30 dni v naprej, če gre za znižanje cen,
- razen izjem opisanih spodaj, ima operater proste roke pri postavljanju veleprodajne cene na nivoju in po kriterijih, ki si jih je zastavil sam,
- zneski na podlagi veleprodajnih cen med operaterji, se lahko priredijo na podlagi popustov dogovorjenih med operaterjema,
- ponujanje popustov ni obvezujoče, ampak pomeni, da lahko operater svobodno določa svojo shemo popustov,
- operaterji morajo ob pravem času obvestiti drugega operaterja s primerno informacijo o odobrenem popustu. To lahko pomeni dodatek k priloženemu računu ali kot del računa, lahko pa tudi na nivoju TAP fileov, odvisno od narave in časa popustov,
- vsak zapis o klicih, ki je posredovan prek TAP file-ov, mora biti zaračunan na podlagi veleprodajnih dogovorjenih cen. Razen tega, mora vsak zapis o klicih vsebovati vse potrebne informacije, na podlagi katerih lahko operater preračuna vsak klic posebej, če to želi. Podrobnejša navodila glede preračunavanja so zajeta v dokumentu BA.12,
- vsak operater mora obravnavati vsakršno informacijo glede veleprodajnih cen, ki jo je dobil prek organizacije, kot zaupno in informacije te narave se ne bodo posredovale tretjim osebam,
- v primeru, da se operater ne drži navodil pod točko 4. in 5., mu je operater dolžan poslati protestno opozorilo v roku 14 dni od objave spremembe. V primeru, da se dokaže kakršna koli nepravilnost glede roka najave sprememb oziroma časa, sledijo posledice opisane pod točkami od 13-15,
- v primeru, da protestno opozorilo ni bilo upoštevano, tako operater, ki je protestno opozorilo poslal, kakor tudi vsi ostali operaterji, ki imajo sklenjeno pogodbo o gostovanju, niso dolžni plačati po novi veleprodajni ceni, niti po izteku roka 60 dni. Zatorej mora operater, ki je spreminjal veleprodajne cene ponovno poslati opozorilo, ki je v skladu s točko 4. in 5. Po preteku 60 dni od ponovne pravilne objave in na 1. v mesecu, bodo vsi partnerji, ki imajo sklenjeno pogodbo o gostovanju, zavezani plačevati po novi veleprodajni ceni,
- v primeru, da operater, ki je poslal protestno opozorilo ali kateri koli drugi operater, dobi izstavljen račun pred ali po protestnem opozorilu in se račun nanaša na planirane, vendar nekorektno objavljene veleprodajne cene, se sme ta račun ali zavrniti in zahtevati novega na podlagi starih veleprodajnih cen, ali zahtevati dobropis za nastalo razliko med starimi in novimi veleprodajnimi cenami,
- obveznost za preračunavanje računov je vedno na strani gostovanega operaterja. Prav tako je obveznost slednjega, da zagotovi vsem operaterjem, ki to zahtevajo, zadostno podrobne zapise o klicih njihovih uporabnikov, ki so gostovali v njegovem omrežju (v primeru, da želi

domače omrežje svojim uporabnikom ugoditi zahtevo za dobropis). V primeru, da gostovan operater zavrne prošnjo za preračunavanje računa ali ne zagotovi dovolj podrobnih zapisov o klicih, veljajo pravila in navodila v dokumentu BA.01.

Obstajajo pa redke izjeme, v katerih zgoraj navedena pravila ne veljajo, vendar mora operater ob spremembi in najavi novih veleprodajnih cen, ki morajo veljati za vse partnerje, s katerimi ima operater sklenjeno pogodbo o gostovanju, navesti dovolj podrobno razlago za spremembo veleprodajnih cen. Te izjeme so:

- regulatorne in gospodarske zahteve,
- predstavitev novih storitev,
- spremembe v medomrežnih stroških.

V primeru nastopa regulacije, mora operater ponuditi veleprodajne cene v skladu z navodili regulatorja in v obsegu partnerjev, ki so bili določeni z uvedbo regulative. Navodila za postavitev veleprodajnih cen v primeru regulacije so:

- v skladu s svobodo upravljanja veleprodajnih cen, je operater dolžan postaviti veleprodajno ceno samo za tiste operaterje in v višini cene, ki so predmet regulacije,
- veleprodajne cene, ki so v skladu z regulacijo, morajo biti objavljene ločeno od preostalih veleprodajnih cen, vendar še vedno v dokumentu AA.14 pod točko 1.3.1.,
- operaterji morajo svoje regulirane cene predstaviti na klic oziroma na dogodek. To je obvezujoče, čeprav tega regulator ne zahteva posebej,
- pravila, ki se nanašajo na regulirane veleprodajne in na standardne veleprodajne cene, bodo ločena, kar pomeni, da bodo imele cene ločene aplikativne datume za uvedbo cen. Posledica tega je, da se bodo cene lahko spreminjale ločeno, ne glede na spremembo reguliranih ali standardnih veleprodajnih cen,
- v primeru, da regulirane cene niso skladne s pravili, lahko operater sproži standarden RAP postopek,
- vsaka posebna regulacija cen ima lahko prehodno obdobje, med katerim RAP postopek, opisan pod točko 5., ni možen. Po preteku tega obdobja in v primeru, da cene niso skladne z regulacijskimi zahtevami, mora gostovan operater izstaviti dobropis za celotno obdobje enega meseca, za presežen znesek nad regulirano ceno. Prehodna obdobja, ki se nanašajo na vsako regulacijo, so definirana v posebnih aneksih, kot npr. Annex A EU Voice Roaming Regulation.

Ena izmed zadnjih stvari omenjenih pri veleprodajnih cenah bodo popusti. Popusti ali »Discounts« so stalnica pri pogajanju za mednarodno gostovanje, kljub temu, da niso obvezni. Popusti so stvar operaterja samega in nikakor niso določeni iz strani GSMA. GSMA nima nobenih pravic vplivati ali postavljati pravila in pogoje za določene popuste. Operaterji so lahko zelo inovativni in sami izbirajo načine za kalkulacijo popustov, vrste popustov in tako dalje. Večinoma pa se sklepajo pogodbe o popustih med operaterji enkrat na leto in to za celo leto. V grobem poznamo dva različna načina dajanja popustov. Prvi način je na podlagi dosežene kvote prenesenega prometa, ki se meri v porabljenih minutah, številu SMS-ov in preneseni količini podatkovnega prometa. Drugi način pa je implementacija posebne cene v sistem zaračunavanja

(*billing system*), kjer se porabljena količina takoj zaračuna po posebni veleprodajni ceni. Odvisno od načina dajanja popustov, se izdajajo tudi računi. V prvem primeru se vsak mesec izdajajo računi po standardni veleprodajni ceni, konec leta pa se na podlagi dosežene ali presežene kvote prometa, izda ali zahteva dobropis. V drugem primeru, je vsak mesec že na izdanem računu znesek zaračunan po posebni veleprodajni ceni, kar pomeni, da je bil dan popust že obračunan. Pogajanje za popuste in da na koncu pride do podpisa pogodb, je lahko zelo dolgotrajen proces, ki pa je v veliki meri odvisen od posebnih ponudb in pogajalske moči operaterjev. Seveda pa morajo biti vse pogodbe o posebnih popustih v skladu s pravili in zakonodajo na svetovni ravni in ne smejo biti v nasprotju s predpisi regulacijskih pravil in določil.

Za konec tega poglavja pa naj še omenim, da po pravilih dokumenta BA.27 končna cena za uporabnike gostovanja oz. »Retail tariff« ni zajeta v pravilih GSM Association. Torej, vsak operater ima pravico postavljati končne cene, brez omejitev zgoraj omenjene organizacije. Ta svoboda se nanaša tako na stopnjo cene, kakor tudi na metodologijo postavljanja cen. Samo za boljši pregled, ponujam nekaj primerov:

- fiksna cena za klic/dogodek,
- cena določena na podlagi intervala, kjer ima določen interval fiksno ceno,
- prilagajanje intervalov ali fiksne cene intervala glede na določene dele dneva, tedna, narave klica,....
- zakup minut po fiksni znesku, itd.

Željen način GSMA je način, ki pravi, da plača klicujoč uporabnik. To pomeni, da tisti uporabnik, ki opravlja storitve, se pravi opravlja klice, pošilja SMS-e in prenaša podatkovni promet, tista tudi plača. Kljub temu, pa je operaterju dovoljeno, da zaračunava tudi pasivne klice ali dohodne klice, če to želi.

## **1.5. GSMA**

GSMA ali GSM Association je globalno združenje operaterjev. Zastopa več kot 750 GSM operaterjev v več kot 219 državah. Razen teh je še najmanj dodatnih 200 članov, ki so del širše mobilne industrije npr. proizvajalci mobilnih aparatov, internetna podjetja, proizvajalci opreme, ... Glavni cilj organizacije predstavlja konstantna rast mobilne komunikacijske industrije. Doseganje tega cilja pa je predvsem s kreiranjem novih možnosti za njihove člane.

Na spletnih straneh GSMA sem zasledila, je bila ustanovljena leta 1987, s tem, ko se je 15 operaterjev odločilo o skupnem podpiranju brezmejnega digitalnega sistema za mobilno komunikacijo. GSMA se je na podlagi tehničnih spodbud in komercialnih ter javnih pravil osredotočala predvsem na globalno funkcijo mobilnih storitev in s tem ko je predstavljala nove poslovne priložnosti operaterjem in njihovim dobaviteljem, predstavljala storitveno vrednost posameznim uporabnikom, kot tudi celotnim gospodarstvom. To je razlog, da trenutno združenje služi približno 2,6 milijardam uporabnikom, kar pokriva več kot 85% uporabnikov mobilne telefonije na svetu (About us, 2009)

Njihova misija je ustvariti uporabno vrednost za operaterje kot tudi mobilno industrijo na sploh, saj s tem dvigujejo dobiček za končne uporabnike, ker se lahko ti povežejo in uporabljajo mobilne storitve kjer koli in kadar koli. Združenje dela to na učinkovite načine in sicer:

- podpira evolucijo in razvoj GSM družine tehnologije,
- stimulira in podpira razvoj, lansira ter promovira nove storitve in produkte,
- skrbi za to, da so mobilne storitve prenosljive na nacionalni in internacionalni ravni tako hitro, kot je to mogoče,
- poskrbi za storitve in notranjo komunikacijo med mobilnimi operaterji in mobilno industrijo, kot so konference, ki služijo in promovirajo cilje GSMA,
- podpirajo iniciativnost, ki stimulirajo družbeni in ekonomski razvoj in se trudijo premostiti digitalno razdvojenost,
- razvijajo skrb za okolje in dvigajo družbeno zavest v mobilni industrijo, kot tudi na ravni produktov in storitev,
- svetujejo in poskušajo vplivati na gospodarsko politiko in regulatorne ukrepe tako na lokalni, regionalni, kot tudi na globalni ravni, da bi zagotovili nepretrgan razvoj mobilne industrije v korist vsem,
- komunikacija v imenu operaterjev z zagotovili, da so pogledi jasno objavljeni in vsem tudi razumljeni.

Glavna poslovalnica se nahaja v Londonu, razen te, pa so poslovalnice še v Atlanti (ZDA), Hong Kongu, Barceloni in Bruslju. GSMA se nekako deli tudi na 3 svetovne predele in sicer evropski (ki zajema še azijski del in severno ameriški), latinsko ameriški in arabski. Vodstvo združenja je kompleksno in razdeljeno med več skupin oziroma funkcij, ki se predvsem deli po vsebinski odgovornosti. Deli se na:

- GSM board (Upravni odbor)

Ustanovljen leta 2003 z namenom, da zagotavlja članom združenja močnejši glas, boljšo usmerjenost in hitrejše odločanje. GSM board ima 26 članov, vključno s CEO in Chairman of the Executive Management Committee. S tem ima upravni odbor najmanj 25 predstavnikov različnih operaterjev. Vsaka izmed 13 največjih skupin operaterjev, kot članice združenja, ima pravico nominirati enega člana upravnega odbora. Preostalih 12 članov je nominiranih v skladu s potrebami manjših, neodvisnih operaterjev, tako da zagotavljajo globalno pokritost.

- CEO (Predsednik upravnega odbora)

Predsednik uprave je Rob Conway, ki je bil nedavno izvoljen kot eden izmed najpomembnejših ljudi v »brezžičnosti« po besedah Fierce Wireless in po besedah Globe Telecoms Business magazine je eden najpomembnejših »igralcev« v mobilni industriji. GSMA se je pridružil že leta 1999 in leta 2003 postal soustanovitelj upravnega odbora, kar je GSMA pozicioniralo kot globalno organizacijo v svetu mobilne industrije, z željo po zmanjšanju časa, v katerem nove razpoložljive mobilne storitve prodrejo na trg končnih porabnikov. Pod njegovo taktirko se je prepoznavnost GSMA-ja hitro povečevala in izžarevala rast in uspeh mobilne industrije po svetu.

- Executive Management Committee (EMC)

Komite je bil ustanovljen prav tako leta 2003 in predstavlja telo, ki upravlja tekoče naloge in aktivnosti na področju produktov in storitev združenja. Njihova glavna naloga je svetovanje upravnem odboru oziroma GSM board-u pri strategiji in tudi viziji in jih predvsem podpirati v operativnih aktivnostih, ki zadevajo tako tehnološka, kot tudi vprašanja glede produktov in storitev. EMC ima 27 članov, ki trenutno predstavljajo 26 operaterjev in člana uprave GSMA za tehniko Alex Sinclair (CTO). Predsednik komiteja je Reinhard Kreft iz Vodafone skupine, kjer je na čelu skupine za industrijske inicijacije in standardizacije.

- Chairman

Aleksander Izosimov je tudi član GSMA boarda in predsednik uprave ene največje skupine mobilnih operaterjev po imenu Vimpelcom. Ima bogate mednarodne izkušnje v različnih panogah gospodarstva, GSMA pa se je pridružil leta 2003, ko je nastopil funkcijo CEO-a v Vimpelcom-u. Razen naštetih funkcij še istočasno sedi v upravi podjetij Baltika Breweries Plc in MTG AB. Slednja se ukvarja predvsem s televizijskimi posli. Razen tega je še član svetovalske skupine za konkurenco in podjetništvo ruskega predsednika vlade.

- GSMA Officers

Razen Roba Conwaya ima GSMA še šest članov uprave, ki so razdeljeni na različna področja. Tako so se specializirali na področje tehnike, financ, komerciale, marketinga, regulative in predsednika GSMC (Leadership, 2009)

Biti član GSMA ni obvezno v smislu s predpisano zakonodajo, je pa »obvezno« v smislu dobrega poslovanja. Poznamo več vrst članstva, v glavnem pa se deli na Full membership, Associate membership in Rapporteur membership. Full membership se navezuje predvsem na mobilne operaterje. Associate membership dovoljuje podjetjem, ki niso mobilni operaterji, ampak ponujajo storitve, ki se navezujejo na delo mobilnih operaterjev, da se včlanijo v to organizacijo (to članstvo ima 16 podskupin, nekaj izmed teh so podatkovne klirinške hiše, finančne klirinške hiše, ponudniki zaračunavanja storitev, signalizacijski ponudniki, ponudniki različnih HUB storitev, itd.). Zadnja vrsta pa je namenjena operaterjem brez GSM licence, ki uporabljajo LTE/HSPA tehnologijo oziroma želijo gostovati v GSM omrežjih (Membership, 2009).

Kot že omenjeno si gostovanja ne moremo zamisliti brez GSMA in koristi, ki jih črpamo iz te organizacije. Pomembna stvar, ki bi jo rada izpostavila, je Infocenter. Infocenter je spletna stran, ki je na razpolago samo članom GSMA organizacije. Razpolaga tako z bazo podatkov, ki se ne tičejo samo gostovanja, ampak mobilne komunikacije na splošno. Razen nenehno ažurnih informacij iz mobilnega sveta in industrijskih kontaktnih podatkov črpanih iz celega sveta, ponuja spletna stran še dodatne ugodnosti. Za gostovanje je pomembno predvsem to, da je spletna stran zakladnica za vse pravne, vsebinske, oblikovne in tehnične dokumentacije, kakor tudi raznih vodnikov in navodil za sklepanje mednarodnih pogodb o gostovanju. Kot pika na i pa ponuja spletna stran kontaktne podatke vseh operaterjev, ki so člani združenja. GSMA organizira različne dogodke in konference, kjer se informira, debatira in prenaša znanje ter navodila. Vse to je zavedeno in dokumentirano prav tako tudi na Infocentru.

Združenje venomer spodbuja sodelovanje in networking (»druženje«). Tako se znotraj asociacije določijo skupine in delovne naloge, ki jih izvedejo preko posebnih projektov, ki so določeni na podlagi dolgoročnih strategij industrije. Člani GSMA so tako zmožni sodelovati in so celo spodbujeni v različne programe, kot so delovne in regionalne interesne skupine, projekti in delovne skupine, seminarji in izobraževanja ter mobilni inovativni trg.

Globalni dogodki so še ena izmed ugodnosti članstva te organizacije. Svetovni dogodki kot sta Mobile World Congress in Mobile Asia Congress poskrbita za množično obiskanost. Več kot 60.000 poslovnežev iz celega sveta mobilne industrije se vsako leto udeležujejo teh srečanj. Člani GSMA dobijo popuste za te kongrese, prepoznavnost podjetja naraste, predsedniki uprave so ponavadi povabljeni v vodilne skupine in podjetja s članstvom te organizacije dobijo v povprečju 18 poslovnih ponudb več, kot ostala podjetja (Events & Awards, 2009).

Članstvo omogoča tudi določanja svojega profila in promocije blagovne znamke v svetovnem obsegu na podlagi platform za komunikacijo in seveda dogodkov ter objav na GSM World. Omogoča tudi razstave in oglaševanje na dogodkih ter uporabo logotipa GSMA, kakor tudi njegovo blagovno znamko.

## **2. Evropska komisija in pravna osnova evropske regulacije cen v gostovanju**

### **2.1. Evropska komisija: Generalni direktorat za informacijsko družbo in medije**

Evropska komisija je izvršilni organ Evropske Skupnosti, ki jo od leta 2004 vodi predsednik José Manuel Barroso. Komisijo sestavlja 27 komisark in komisarjev, in sicer iz vsake države članice po eden. Predsednika izberejo vlade držav članic, potrdi pa ga Evropski parlament. Ostali člani komisije so imenovani od nacionalnih vlad v sodelovanju z novim predsednikom, vendar jih more prav tako potrditi Evropski parlament, saj komisarji ne zastopajo interesov vlad svojih držav, ampak je vsak od njih pristojen za določeno področje politike Skupnosti. Pri tem jim pomaga približno 24.000 javnih uslužbencev, večinoma lociranih v Bruslju. Predsednik in komisarji so imenovani za obdobje 5 let, ki sovпада z volitvami v Evropski parlament. Naloga evropske komisije je priprava nove zakonodaje, ki je predložena Evropskemu parlamentu in svetu. Skrbi tudi za pravilno izvajanje politik EU in nadzoruje porabo njenih sredstev. Prav tako tudi izvršilno funkcijo, saj nadzoruje uporabo zakonodaje in v primeru kršitve lahko tudi ukrepa, preden preda kršitelje Sodišču Evropskih Skupnosti (European Commission, 2009).

Nekateri bi ta evropski organ poimenovali za kar najpomembnejšo ustanovo in gonilno silo Evropske Unije. Prav tako predstavlja celo Skupnost navzven, saj se v imenu vseh držav članic pogaja o širitvi Unije, trgovskih sporazumih itd., preden Svet Skupnosti poda dokončen sklep. Ena izmed sedemindvajseterice je Viviane Reding, komisarka za Informacijsko družbo in medije, ki je ključna oseba za uvedbo evropske regulacije na področju mednarodnega gostovanja. Na podlagi njene spletne strani je doktorica družbenih znanosti začela svojo politično kariero leta 1979, kot članica luksemburškega parlamenta. Kot komisarka smatra Informacijsko družbo in medije kot del ekonomskega sektorja, ki je odločilen za kakovost in prosperiteto Evropske skupnosti. Njeno delovno področje se tako razteza od telekomunikacijske

infrastrukture do vsebine in storitev, ki jih le-ti ponujajo. Obseg dela se nanaša na telekomunikacijska omrežja, širokopasovnega dostopa do interneta in satelitskih povezav, novodobne komunikacijske tehnologije, kot je »3G« mobilna tehnologija, ter digitalni material, od različnih odobritev filmskih predvajanj do naprednih storitev e-zdravja. Mejniki, ki je zaznamoval operaterje po vsem svetu, se je zgodil z objavo posebnega poročila »Eurobarometer«, ki govori o raziskavi mednarodnega gostovanja novembra leta 2006. Po tej raziskavi sodeč, so se evropski uporabniki med svojimi potovanji po Evropi še vedno bali uporabljati svoje mobilnike, zaradi prepričanja, da so stroški takšne uporabe še zmeraj previsoki. Prav tako so sodeč po raziskavi trdili, da so cene za gostovanje še vedno nejasne in da želijo, da vmes poseže tudi EU in poskrbi, da se bodo cene odhodnih in prejetih klicev v gostovanju približale cenam na domačem trgu. V raziskavi je sodelovalo 24.565 anketirancev iz 25 držav EU in večina (kar pomeni 70% anketirancev) je podprla idejo o evropski zakonodaji, ki bi znižala cene storitev gostovanja. Nekatere izmed ugotovitev so bile za komisarko tako pomembno odkritje, da jih je navajala celo v svojem biltenu za tisk in svoji spletni strani. Nekatere izmed najzanimivejših so:

- 68% anketirancev bi podpiralo posredovanje EU zakonodaje za znižanje stroškov gostovanja za SMS, od teh je kar 78% uporabnikov starih od 15-24 let,
- 44% prebivalcev EU, ki imajo mobilnik, potujejo v drugo članico EU vsaj enkrat letno,
- večina ljudi zmanjša uporabo mobilnika, ko je v tujini. To se predvsem nanaša na mlajšo populacijo in študente. 81% teh pravi, da so stroški največji razlog za neuporabo ali manjšo porabo,
- 15% popotnikov sploh ne vzame s seboj mobilnika, ko gre v tujino ali ga v tujini ugasne,
- 21% uporablja samo storitve SMS,
- 59% pravi, da bi povečali uporabo, če bi bilo stroški manjši,
- 43% še vedno ne razumejo načina zaračunavanja za odhodne ali dohodne klice v tujini.

V tistem obdobju je povprečen uporabnik v Evropski uniji plačal od 4-6€ na minuto pogovora, ko se je nahajal v tujini. Posamezni primeri pa so lahko preseгли celo 12€ na minuto. Prav ekstremno visoke cene so bile tiste, ki so zmotile komisarko Redingovo, ki je trdila, da so visoke cene tiste, ki preprečujejo uporabo mobilnikov tujini, kar povzroča škodo potrošnikom, kar pa škodi potrošnikom, škoduje tudi celotni mobilni industriji in posledično Evropski skupnosti. Trdila je tudi, da zmanjšanje cen mobilnega gostovanja ni samo politična odgovornost Evropske Komisije, ampak bi lahko bil zanimiv poslovni model, ki so ga že takrat začeli uvajati nekateri operaterji s tem, ko so začeli ponujati različne pakete gostovanja. Pozivala je vse operaterje, da podrejo še to poslednjo nevidno mejo evropskega enotnega trga, kajti ni se ji zdelo sprejemljivo, da vso breme mednarodnega gostovanja še naprej leži na ramenih navadnih uporabnikov, ki plačujejo standardne tarife. Opozorila so bila glasna in odmevna in ne glede na reakcije operaterjev, je kmalu sledilo prvo dejanje in sicer v obliki sprejete Uredbe o evropski regulaciji cen v gostovanju (Press releases RAPID, 2006).

## **2.2. Predlog komisije za evropsko regulacijo cen v gostovanju**

12.6.2006 je v Bruslju komisija evropske skupnosti predložila predlog uredbe evropskega parlamenta in sveta o gostovanju v javnih mobilnih omrežjih znotraj Skupnosti in spremembe

Direktive 2002/21/ES o skupnem regulativnem okviru za elektronska komunikacijska omrežja in storitve. Predlagana uredba obsega 16 členov in je osnova na kateri temelji sprejeta uredba št. 717/2007 evropskega parlamenta in sveta slabo leto kasneje. V tem poglavju bom predstavila vsebinsko ozadje in podlago na kateri sloni sam predlog, kasneje se bom posvetila sprejeti uredbi in zakonski vsebini, ki jih leta zajema.

- Kratka obrazložitev predloga po členih

Člen 1 določa cilj in področje uporabe Uredbe

Člen 2 določa opredelitev pojmov za Uredbo

Člen 3 določa zgornje mejne cene, ki jo operaterji zaračunajo za klice na veleprodajni ravni

Člen 4 določa zgornje mejne cene, ki jo operaterji zaračunajo za klice na maloprodajni ravni

Člen 5 določa, da maloprodajne cene iz člena 4 začnejo veljati po šestih mesecih

Člen 6 določa zgornje mejne cene, ki jo operaterji zaračunajo za prejete klice na maloprodajni ravni

Člen 7 zagotavlja večjo preglednost maloprodajnih cen na podlagi brezplačnega zavezujočega obveščanja uporabnikov (SMS ali govorno)

Člen 8 določa pristojnosti in obveznosti nacionalnih regulatorjev

Člen 9 zahteva, da države članice določijo pravila o kaznih za kršitev Uredbe

Člen 10 določa pravila reguliranja določitev in objave povprečnih cen zaključevanja klicev

Člen 11 uvaja potrebno spremembo Okvirne direktive za uvedbo Uredbe same

Člen 12 določa rok za pregled Uredbe

Člen 13 določa, da Komisiji pomaga Odbor za komunikacije, ustanovljen na podlagi Okvirne direktive

Člen 14 zahteva, da države članice obvestijo Komisijo o identiteti nacionalnih organov, ki so zadolženi za izvajanje nalog na podlagi Uredbe

Člen 15 določa, da se ukrepi, potrebni za izvajanje Uredbe, sprejmejo v skladu s postopkom odbora iz člena 13

Člen 16 določa, da bo Uredba začela veljati dan po objavi v Uradnem listu Evropske unije

- Razlogi za predlog in njegovi cilji

Glavni navedeni razlog za nastanek predloga so predvsem visoke cene za uporabo mobilnega telefona v tujini, ki posledično omejujejo socialno in gospodarsko blaginjo Skupnosti kot celote. V zadnjih letih bi naj bila sprejeta vrsta ukrepov za reševanje te težave znotraj obstoječega pravnega prostora, vendar se ta niso izkazala za učinkovita pri zniževanju cen. Kot cilj predloga uredbe navajajo spremembo obstoječega regulativnega okvirja za elektronske komunikacije, ki bi bila sposobna pravočasno in učinkovito ukrepati za doseganje nižjih cen mobilnega gostovanja v vsej Skupnosti. Pristop, ki so ga poimenovali »Pristop evropskega domačega trga« pravi, da uporabniki ne smejo plačevati neupravičeno višjih cen za storitve gostovanja znotraj EU, kot bi jih plačala v svoji matični državi. Izbran mehanizem za doseganje tega cilja je določitev zgornjih mejnih cen za glasovne klice med državami članicami na maloprodajni in veleprodajni ravni.



- Splošno ozadje

Opozorjanje na visoke cene gostovanja za uporabnike mobilne telefonije se je začelo leta 1999 s preiskavo sektorja glede nacionalnih in mednarodnih storitev gostovanja. Ugotovljene so bile kršitve in posledica je bila, da je Komisija uvedla postopek zaradi domnevne kršitve nekaterih operaterjev v Veliki Britaniji in Nemčiji. Odkrivanje neprimerno visokih cen, po besedah evropskih regulatornih organov in Komisije, se je skozi leta nadaljevalo, dokler ni Evropski parlament v resoluciji z dne 1. decembra 2005 o pravni ureditvi in trgih evropskih elektronskih komunikacij 2004 pozdravil pobudo Komisije za povečanje preglednosti v sektorju mednarodnega gostovanja in pozval Komisijo, naj pripravi nove pobude za znižanje visokih stroškov čezmejnega prometa mobilne telefonije. Evropska skupina regulatornih organov je opozorila Komisijo, da ukrepi nacionalnih regulatorjev ne bodo odpravili visokih cen gostovanja v okviru takratnega pravnega okvirja, zaradi posebnosti primera gostovanja samega, kar bo še naprej pripomoglo k oškodovanju potrošnika. Operaterji so bili prvič opozorjeni na znižanje cen gostovanja marca 2006, ko se je Evropski svet na podlagi doseganja ciljev gospodarske rasti in produktivnosti iz prenovljene Lizbonske strategije skliceval tudi na ciljno usmerjeno, učinkovito in celostno politiko informacijske in komunikacijske tehnologije na evropski in nacionalni ravni. Po besedah uredbe se večina operaterjev na to sploh ni odzvala, kar je bil tudi eden izmed razlogov, da je bil za uresničitev ciljev izbran regulativen pristop. Tako je cilj tega predloga, da se zagotovi usklajeno pravno podlago za tako ukrepanje, ki bo olajšala dokončno oblikovanje notranjega trga za elektronske komunikacije.

- Obstoječe določbe na področju pred Uredbo in usklajenost z drugimi politikami in cilji Unije

Pred uvedbo Uredbe so obstajali instrumenti in nacionalno konkurenčno pravo, ki je omogočalo pristojnim organom kaznovanje protikonkurenčno obnašanje posameznih podjetij. Težava je nastopila, ker so se instrumenti nanašali na dejavnosti posameznih podjetij in zato niso mogli zavarovati interese vseh uporabnikov elektronskih komunikacij in akterjev na trgu EU. Do takrat so se sicer regulativne obveznosti uvajala za podjetja, za katera so tržne analize pokazale, da so prevladujoča na upoštevanem trgu. Eden izmed takšnih trgov je bil veleprodajni nacionalni trg za mednarodno gostovanje v javnih mobilnih omrežjih. Nikoli do takrat pa ni bil reguliran noben maloprodajni trg, sploh pa ne za zagotavljanje storitev gostovanja, saj se storitev gostovanja na maloprodajni ravni ne kupuje posebej, ampak kot del maloprodajnega paketa. Prav zaradi tega, posebnih značilnosti trgov za mednarodno gostovanje in čezmejne narave, so imeli regulatorni organi težave pri odpravljanju tako imenovanih visokih cen za mednarodno gostovanje. Na podlagi dognanj, da imajo tako maloprodajni, kot tudi veleprodajni trgi mednarodnega gostovanja posebne značilnosti, so opravičili sklep o posebnih ukrepih, ki presegajo mehanizme, ki so bili na voljo znotraj regulativnega okvira 2002. Naveden razlog za skladnost predloga z ostalimi cilji EU je v povečanju konkurenčnosti na podlagi znižanih cen gostovanja, kar bi naj spodbujalo rast in delovna mesta v skladu s prenovljeno Lizbonsko strategijo.

- Interesne strani in ocene učinka

Komisija je v začetku leta 2006 začela s prvo fazo posvetovanja, kjer je najprej poskušala pridobiti splošne povratne informacije o splošnih načelih. V naslednji fazi je bila podlaga za

razpravo konkretnjša zamisel ureditve, kjer so sodelovali operaterji, nacionalni regulatorni organi, države članice, trgovinska združenja in združenja uporabnikov ter drugi. Za razliko od večine operaterjev, je dobila Komisija široko podporo držav članic, nacionalnih regulatornih organov, skupin potrošnikov, ki so jo podpirale pri njenem cilju, to je znižanju cen za mobilne storitve v gostovanju. Razen nekaj redkih izjem, je večina operaterjev nasprotovala ureditvi. Glavni navedeni razlog je bil, da je trg konkurenčen in da cene padajo. Nekateri so celo predlagali samoregulacijo, kot neko obliko regulacije. Prav na podlagi prispevkov, ki jih je Komisija dobila od interesnih skupin, je ta svojo prvotno zamisel »načela domačega določanja cen« spremenila v »pristop evropskega domačega trga«. Pomen tega pristopa je, da se cene gostovanja približajo domačim cenam z uporabo skupnih zaščiteneh zgornjih mejnih cen v vsej EU. S takim pristopom bi dosegli visoko raven varstva za potrošnike in hkrati bi ohranili konkurenco med operaterji.

Kot izvedenska mnenja so službe Komisije upoštevale prispevke zgoraj naštetih interesnih skupin, ker so ocenile, da ni potrebe po zunanjem strokovnem znanju in izkušnjah. Razen načela, za katerega so se odločili, pa so proučevali še naslednje možnosti: nespremenjena politika, samoregulacija, koregulacija, navezujoči akti in usmerjena regulacija. Vse izmed omenjenih obravnavanih možnosti, so bile zavrnjene. Tako je bila nespremenjena politika zavrnjena na podlagi mnenja nacionalnih regulatorjev, da primanjkuje regulativnih orodij za reševanje težav visok cen gostovanja. Samoregulacija in koregulacija sta bili zavrnjeni zaradi nepobude sektorja za predlaganje takšnih ukrepov in tveganja, da bi nekateri potrošniki še vedno plačevali previsoke cene, kljub povprečnemu padanju cen. Navezujoči akti pa so brez močnega pravnega okvirja, kar bi pomenilo nedoseganje zelenih ciljev. Tako so v okviru širših možnosti usmerjene regulacije bili upoštevani trije pristopi. Prvi pristop je na ravni veleprodajnih cen, drugi samo na ravni maloprodajnih cen, tretji pa je kombinacija uravnavanje cen tako na veleprodajni, kot tudi na maloprodajni ravni cen. Izbran je bil pristop ureditve cen tako na veleprodajni, kot tudi na ravni maloprodajnih cen, saj je bilo ugotovljeno, da kombiniran pristop, ki vključuje določitev skupnih zaščiteneh zgornjih mejnih cen, zagotavlja najboljšo rešitev. Pri tem pa so še dodali, da bi regulacija samo veleprodajnih cen, sicer odpravila visoke stroške med operaterji, vendar bi primanjkovalo konkurenčnih pritiskov na maloprodajno ceno, kar bi pomenilo, da ne bi mogli zagotoviti nižjih cen za končne uporabnike. Regulacija samo maloprodajnih cen bi težavo na prvi pogled neposredno reševala, vendar bi za nekatere manjše operaterje to pomenil prevelik razkorak med maloprodajnimi in veleprodajnimi cenami in kot posledica bi bila ukinitve storitve gostovanja za te operaterje.

- Predlagani ukrepi in pravna podlaga

Kot že nekajkrat omenjeno, določa predlog uredbe »pristop evropskega domačega trga«, kar pomeni, da postavlja skupno zgornjo mejo za cene, ki se postavljajo najprej na veleprodajnem delu zagotavljanja storitev mobilnih omrežij za klice iz obiskanih omrežij znotraj Skupnosti in se zaključujejo v javnem telefonskem omrežju v Skupnosti. Laično povedano to pomeni, da regulirane veleprodajne cene obsegajo samo uporabnike storitev evropske skupnosti na območju evropske skupnosti. Zgornje mejne cene upoštevajo razlike v osnovnih stroških za mednarodno gostovanje za klice znotraj gostovane države, klice v matično državo in klice v tretje države EU. Tako za klice znotraj gostujoče države predvidevajo nižjo veleprodajno ceno, ki je določena na

dvakratnik povprečne cene zaključevanja klicev v mobilnih omrežjih v Skupnosti za operaterje mobilnih omrežij s pomembno tržno močjo in višjo mejno ceno za klice v domače omrežje ali druge države skupnosti, ki določa trikratnik povprečne cene zaključevanja klicev v mobilnih omrežjih v Skupnosti za take operaterje. Zaradi zagotavljanja nerazkoraka med veleprodajnimi in maloprodajnimi cenami so določili zaščitene mejne maloprodajne cene za iste gostujoče kategorije klica na 130 % veljavne veleprodajne meje. Zgoraj napisano torej pomeni, da če slovenski uporabnik gostuje v nemškem mobilnem omrežju in kliče uporabnika v nemškem, slovenskem ali drugem omrežju znotraj evropske unije, se njegov klic zaračuna v skladu s cenikom reguliranih cen. V primeru, da se klic zaključuje v omrežju države ne članice EU (kot npr. Hrvaške), pa se uporabniku zaračuna klic, ki je v skladu z veljavnim cenikom (praviloma z višjimi tarifami, kot so regulirane). Da bi zagotovili boljše odražanje osnovnih stroškov za prejemanje klicev v tujini, so predlagali regulacijo tudi na te klice in jim določili zgornje mejne cene.

V predlogu uredbe so zapisali, da bodo maloprodajne cene pravno zavezujoče 6 mesecev po začetku veljavnosti predlaganega ukrepa. Pravilnik s tem ponudnike mobilnih storitev obvezuje, da svoje uporabnike na njihovo zahtevo in brez dodatnih stroškov, obvešča o maloprodajnih cenah gostovanja, kar bi naj prispevalo k večji preglednosti maloprodajnih cen. Uporabnik ima na izbiro ali informacije prejme preko SMS sporočila ali govorno na svoj mobilni telefon. Razen tega mora mobilni operater ob sklenitvi naročniškega razmerja zagotoviti ustrezne informacije o cenah gostovanja in o njih redno obveščati svoje uporabnike, posebej še ob pomembnih spremembah le-teh. Nacionalni regulatorji imajo vlogo uveljavljanja upoštevati uredbo, prav tako pa jim daje odgovornost in pristojnost spremljanje in spreminjanje veleprodajnih in maloprodajnih cen govornih in podatkovnih storitev, vključno s cenami za SMS in MMS za uporabnike med gostovanjem v Skupnosti.

Z zgoraj napisanim predlog spreminja določbe obstoječe regulative, ki se predvsem nanaša na direktivo (2002/21/ES). S tem se prizna poseben status ukrepom iz predloga v navedenem okviru in se zagotovi, da se splošne določbe okvira še naprej uporabljajo za storitve gostovanja, ki jih ta predlog ureja. Pravna podlaga je člen 95 ES in se upira na načelo subsidiarnosti, načelo sorazmernosti in izbiro instrumentov.

Načelo subsidiarnosti pomeni, da predlog velja, če ni v izključni pristojnosti Skupnosti. Zaradi narave storitve, pri kateri operaterji ponujajo storitve gostovanja drugim državam članicam, kot domači operater uporabnika, in glede na dejstvo, da predlagani ukrepi zahtevajo spremembo celotnega regulativnega okvira Skupnosti, ukrepi samo držav članic ne bi zadostovali ali ne bi mogli doseči ciljev predloga. Razen tega zagotavljanje storitev mobilnega gostovanja v EU zadeva vse države članice in se nanaša na interese uporabnikov v različnih državah hkrati, je usklajen pristop na ravni EU bistvenega pomena za zagotavljanje skladnosti uporabe in zavarovanje interesov uporabnikov in podjetij v vseh državah članicah. Predlog je torej v skladu z načelom subsidiarnosti, saj predlagani ukrepi težijo po spremembi regulativnega okvira Skupnosti za elektronske komunikacije in določitev skupnih varoval za uporabnike in operaterje mobilne telefonije na nediskriminatorni podlagi po vsej skupnosti in ker države članice same ne morejo doseči ciljev tega predloga na varen, usklajen in pravočasen način.

Načelo sorazmernosti opravičujejo s tem, da je predlog najmanjše možno poseganje v gospodarsko obnašanje prizadetih podjetij. Predlagan ukrep z določitvijo zgornjih mejnih cen tako na veleprodajni kot tudi na maloprodajni ravni, zagotavlja po mnenju predloga, najmanjše možno izkrivljanje konkurenčnih pogojev v skladu s cilji. To bi naj podjetja dosegala s konkuriranjem in razlikovanjem svoje ponudbe znotraj okvira določenih zaščitnih mejah. Od vseh obravnavanih regulativnih možnosti pomeni izbira tudi najmanjše možno izkrivljanje na povezanih, vendar ločenih trgih veleprodajne in maloprodajne ravni. Posledica predlaganih ukrepov je tudi spremljanje in uveljavljanje skladnosti nacionalnih regulatornih organov za elektronsko komunikacijo v vsaki državi članici posebej (v našem primeru Apek). Zaradi enostavnosti predlaganega mehanizma in neposredne uporabe v Skupnosti, se bo zmanjšalo tudi administrativno in finančno breme za Skupnost, nacionalne vlade in organe. Izgubila se bo potreba po prenosu in obsežnem izvajanju zahtev v nacionalni zakonodaji, postopek spremljanja skladnosti pa bo sodil med običajne dejavnosti nacionalnih regulatornih organov, kar pomeni dejansko zmanjšanje administrativne obremenitve le-teh, saj ne bo več potrebe po obsežnem zbiranju in analiziranju veleprodajnega trga za mednarodno gostovanje v javnih omrežjih na svojem ozemlju.

Predlagan instrument je uredba, ker je po mnenju komisije edini način, s katerim bo mogoče doseči zelen cilj. Obrazložitev se naslanja na nujnost in trdovratnost opredeljene težave, ki pa zahteva preprosto in učinkovito ter pravočasno rešitev evropskega uporabnika, ki se uporablja usklajeno po vsej Skupnosti in brez potrebe po prenosu ali izčrpnem izvajanju na nacionalni ravni. Postopek na nacionalni ravni bi proces ukrepa v nekaterih državah članicah upočasnili, kar bi povzročalo izkrivljanje konkurenčnih pogojev za mobilne operaterje v različnih državah članicah.

- Dodatne informacije

Predlog regulacije ne bo imel vpliva na proračun skupnosti in bo vzpostavil pravno varnost za mobilne uporabnike in akterje na trgu, tako da bo nadomestil obstoječ pravni okvir s preprostim mehanizmom, ki je pregleden in predvidljiv za vse, ki jih to zadeva. Nacionalni regulatorji ne bodo več zbirali in analizirali podatkov, s čimer se bodo izognili tudi porabljanju sredstev za te namene. Prav tako predlog predvideva ponovni pregled Uredbe po preteku dveh let. Vsebinsko to pomeni, da bo Komisija razmislila o predlogu za razveljavitev Uredbe, če bodo tržne analize pokazale, da regulacija trga ni več pomembna.

### **2.3. Uvedba »Evrotarife« v letu 2007**

V uradnem listu Evropske unije, dne 26.6.2007, je bila objavljena sprejeta Uredba o gostovanju v javnih mobilnih telefonskih omrežjih znotraj Skupnosti in spremembah Direktive 2002/21/ES. Vsebuje 13 členov, ki se vsebinsko naslanjajo na predlog uredbe in so podkreppljeni z dejanskimi navodili glede zgornje meje maloprodajnih in veleprodajnih cen gostovanja. Mejne cene v Uredbi so izražene v evrih. Prvič je omenjen tudi pojem evropske tarife ali »evrotarife«, ki je v Uredbi zapisan kot: »Evrotarifa pomeni vsako tarifo, ki ne presega najvišje cene, določene v členu 4, ki jo domači ponudnik lahko zaračuna za zagotavljanje reguliranih gostujočih klicev v skladu z navedenim členom.« Tako imenovana evrotarifa je vstopila v veljavo na veleprodajni

ravni s 30.8.2007, na maloprodajni pa šele s 30.9.2007. 3. člen Uredbe določa veleprodajne cene za opravljanje reguliranih gostujočih klicev in pravi:

1. Povprečna veleprodajna cena, ki jo operater obiskanega omrežja lahko zaračuna operaterju domačega omrežja gostujočega porabnika za zagotavljanje reguliranega gostujočega klica, ki izvira iz obiskanega omrežja, med drugim vključno s stroški izvora, prenosa in zaključevanja, ne sme presegati 0,30 EUR na minuto.

2. Ta povprečna veleprodajna cena se uporablja med katerim koli parom operaterjev v EU in se izračuna na osnovi dvanajstmesečnega obdobja ali kakršnega koli krajšega obdobja, ki še ostaja do poteka veljavnosti te uredbe. Najvišja povprečna veleprodajna cena se zniža na 0,28 EUR oziroma na 0,26 EUR po 30. Avgusta 2008 oziroma po 30. avgusta 2009.

3. Povprečna veleprodajna cena iz odstavka 1 se izračuna z deljenjem skupnega prejetega veleprodajnega prihodka iz gostovanja na veleprodajni ravni s skupnim številom minut gostovanja na veleprodajni ravni, ki jih je zadevni operater v zadevnem obdobju prodal za zagotavljanje gostujočih klicev v Skupnosti. Operater obiskanega omrežja sme razlikovati med cenami v času višje in nižje tarife.

Spodnja tabela lepo prikazuje padanje veleprodajne cene na minuto pogovora, ki je v skladu z zgoraj napisanim členom.

*Tabela 1: Prikaz letnega padanja regulirane veleprodajne cene*

Datum	30.8.2007	30.8.2008	30.8.2009
Cena odhodnega klica	0,30 €/min	0,28 €/min	0,26 €/min

*Vir: Uredba za mednarodno gostovanje.*

Takoj za tem, pa v 4. členu razlagajo maloprodajne cene in sicer:

1. Domači ponudniki vsem svojim gostujočim porabnikom omogočijo ter na jasen in pregleden način aktivno ponudijo evrotarifo iz odstavka 2. Ta evrotarifa ne prinaša nobene, z njo povezane naročnine oziroma drugih fiksnih ali ponavljajočih se stroškov, in se lahko kombinira s katero koli maloprodajno tarifo. Domači ponudniki med ponujanjem evropske tarife opozorijo vse svoje gostujoče porabnike, ki so se pred 30. junija 2007 odločili za posebno tarifo ali paket gostovanja, na pogoje, ki veljajo za to tarifo ali paket.

2. Maloprodajna cena (brez DDV) evrotarife, ki jo domači ponudnik lahko zaračuna svojemu gostujočemu porabniku za zagotavljanje reguliranega gostujočega klica, se lahko razlikuje za vsak gostujoči klic, a ne presega 0,49 EUR na minuto za vse odhodne ali 0,24 EUR na minuto za vse dohodne klice. Zgornja meja cene za odhodne klice se do 30. avgusta 2008 oziroma do 30. avgusta 2009 ustrezno zniža na 0,46 EUR oziroma 0,43 EUR, za dohodne klice pa na 0,22 EUR oziroma 0,19 EUR.

Za lažje razumevanje prilagam tabelo 2.

Tabela 2: Prikaz letnega padanja regulirane maloprodajne cene

Datum	30.9.2007	30.8.2008	30.8.2009
Cena odhodnega klica	0,49 €/min	0,46 €/min	0,43 €/min
Cena dohodnega klica	0,24 €/min	0,22 €/min	0,19 €/min

Vir: Uredba za mednarodno gostovanje.

3. Vsem gostujočim porabnikom se ponudi tarifa iz odstavka 2. Vsem obstoječim gostujočim porabnikom se da možnost, da se do 30. julija 2007 namerno odločijo za evrotarifo ali katero koli drugo tarifo gostovanja, in dva meseca, da s svojo odločitvijo seznanijo svojega domačega ponudnika. Zahtevana tarifa se aktivira najpozneje en mesec po tem, ko je domači ponudnik prejel zahtevo porabnika. Gostujočim porabnikom, ki v tem dvomesečnem obdobju niso izrazili svoje odločitve, se samodejno zagotovi evrotarifa iz odstavka 2. Vendar pa gostujoči porabniki, ki so se pred 30. junija 2007 že namerno odločili za posebno tarifo ali paket gostovanja, drugačen od tarife gostovanja, ki bi jim bila dodeljena, če takšne odločitve ne bi sprejeli, in ki ne sprejmejo odločitve v skladu s tem odstavkom, obdržijo svojo predhodno izbrano tarifo ali paket.

4. Vsak gostujoči porabnik lahko kadar koli po zaključku postopka iz odstavka 3 zahteva prehod na evrotarifo ali z nje. Vsak prehod mora biti izveden brezplačno v enem delovnem dnevu od prejema zahteve in ne sme postavljati pogojev ali omejitev, ki se nanašajo na druge elemente naročniškega razmerja. Domači ponudnik lahko tak prehod odlaga, dokler velja poprejšnja tarifa gostovanja, vendar ne dlje od najkrajšega določenega obdobja, ki ni daljše od treh mesecev.

Navodila za maloprodajne cene se nadaljujejo s tem, ko Uredba narekuje operaterjem, da vedno (razen v primeru, ko uporabnik obvesti svojega operaterja, da te storitve ne potrebuje), brezplačno in brez odlašanja obveščajo svoje uporabnika o cenah odhodnih in dohodnih klicev, ko ti vstopijo v državo članico in ta ni država njegovega domačega omrežja. Obvestilo mora biti v obliki kratkega tekstovnega sporočila (ali SMS-a) in mora vsebovati cene vključno z DDV-jem. Informacije o cenah morajo biti prilagojene uporabnikovi tarifni shemi in morajo vsebovati najvišje cene, ki bi lahko veljale za porabnikove odhodne in dohodne klice znotraj obiskane države ali njegovega domačega omrežja. Razen tega mora tekstovno sporočilo vsebovati tudi informacijo o brezplačni številki, na kateri lahko uporabnik pridobi podrobnejše informacije glede regulirane cene. V primeru, da uporabnik obvesti svojega operaterja, da ne potrebuje samodejnih sporočil z informacijami o cenah gostovanja, lahko svojo odločitev vedno in brezplačno prekliče in zahteva od operaterja, da mu ponovno zagotovi to storitev. Prav tako je poskrbljeno za uporabnike s posebnimi potrebami, kot so slabovidni ali slepi. Njim se na njihovo lastno zahtevo zagotovi njim prilagojene informacije o maloprodajnih cenah z brezplačnim govornim klicem.

Razen zgoraj navedenih informacij o cenah odhodnih in dohodnih klicev za gostovano državo imajo uporabniki pravico zahtevati podrobnejše in njihovim potrebam prilagojene informacije o cenah gostovanja, tako za govorne klice kot tudi za ostale storitve povezane z mobilno telefonijo, kot sta storitvi SMS ali MMS ali podatkovni prenos. Takšne zahteve se morajo nasloviti na brezplačno številko, ki jo v ta namen določi operater. O načinu pridobivanja podrobnejših informacij pa odloča uporabnik sam in sicer ima na voljo govorni klic iz mobilnega telefona ali tekstovno sporočilo. Obe storitvi morata biti zagotovljeni brezplačno.

Domači ponudniki so dolžni vsem uporabnikom ob novi sklenitvi naročniškega razmerja podati vse informacije o trenutnih veljavnih cenah gostovanja, predvsem pa o evrotarifi. Vsem obstoječim pa zagotoviti najnovejše informacije o veljavnih cenah in to brez odlašanja ob spremembah teh cen. Prav tako morajo operaterji zagotoviti vse potrebne informacije, da se uporabniki zavedajo možnosti uporabe regulirane cene. Tako so morali do 30.7.2007 vsem obstoječim uporabnikom sporočiti pogoje evrotarife in vsem, ki se niso odločili zanjo, v primernih intervalih opozarjat nanjo.

Uredba spremljanje in nadzor prepušča predvsem nacionalnim regulatornim organom. Ti so v prvi vrsti zadolženi za to, da imajo vsi interesenti dostop do informacij. Nacionalni regulator pa nato poroča Evropskemu parlamentu in svetu in sicer tako, da zbira podatke o cenah govornih in podatkovnih storitev gostujočih uporabnikov, vključno s storitvijo SMS in MMS. Rezultati se poročajo Komisiji in to vsakih 6 mesecev. Nacionalni organi so tudi pooblaščen, da od podjetij, za katere veljajo obveznosti po tej uredbi, zahtevajo vse informacije, katere morajo nato poročati Komisiji in da na lastno pobudo posredujejo, da se zagotovi skladnost s to Uredbo. V primeru, da nacionalni regulator ugotovi kršitev obveznosti, je pooblaščen, da zahteva takojšnje prenehanje kršitve.

Glede sporov, ki so določeni v Uredbi, med podjetji, ki zagotavljajo elektronske komunikacijske storitve v državi članici, se uporabljajo postopki za reševanje sporov, ki so določeni v Okvirni direktivi. Pri sporih, kjer so vpleteni potrošniki ali končni uporabniki, pa so na voljo izvensodni postopki za reševanje sporov, določeni v členu 34 Direktive o univerzalni storitvi.

Kazni določijo države članice same in tudi predpise zanje ter odgovornost za potrebne ukrepe, da se dejansko izvedejo. Države članice pa so morale določbe priglasiti Komisiji najkasneje do 30.3.2008 in so zadolžene, da vse kasnejše spremembe, ki vplivajo nanje, tudi kasneje, nemudoma sporočijo. Tako je bila v Sloveniji sprejeta Uredba o izvajanju Uredbe (ES) št. 717/2007 o gostovanju v javnih mobilnih telefonskih omrežjih znotraj Skupnosti in spremembah Direktive 2002/21/ES, ki je stopila v veljavo s 1. februarjem 2008. S tem vlada republike Slovenije določila prekrškovni organ, prekrške in način reševanja sporov v primeru kršitve evropske regulacije o gostovanju. Kazni so vezane na letne prihodke in se nanašajo tako na pravne osebe, kot tudi na odgovorne osebe znotraj pravnih oseb. Globe se gibljejo do 125.000 EUR za pravne osebe in do 4.000 EUR za odgovorne osebe pravnih oseb.

Pomemben del Uredbe se nanaša na člen o reviziji, ki govori o tem, da morajo nacionalni regulatorji v intervalih po 6 mesecev poročati Evropskemu parlamentu in svetu najpozneje do 30.8.2008. Komisija je zadolžena, da pregleda podatke in oceni, če so cilji Uredbe doseženi. Poročila Komisiji vsebujejo predvsem razvoj veleprodajnih in maloprodajnih cen govornih in podatkovnih storitev, kjer so vključeni tudi storitvi SMS in MMS, gostujočih uporabnikov. Komisija si tudi pridržuje pravico, da v poročila vključi priporočila glede potrebe po regulaciji ostalih storitev. Naloga Komisije je, da v svojem poročilu oceni, če je v skladu z razvojem na trgu, konkurenco in varstvo potrošnikov potrebno podaljšanje čez obdobje uredbe, ki je določeno na 30.6.2010 oziroma, če jo je potrebno spremeniti. V primeru, da Komisija ugotovi takšno potrebo, se le-ta predloži Evropskemu parlamentu in svetu.

Ta uredba je v celoti zavezujoča in se neposredno uporablja v vseh državah članicah. Stopila je v veljavo z naslednjim dnevom po objavi v Uradnem listu Evropske unije, torej 30.6.2007.

#### **2.4. Dodatek k Uredbi evropske regulacije v letu 2009**

V skladu z Uredbo (EC) No 717/2007 je Komisija zbrala podatke in podala oceno na podlagi katere bi bilo možno prepoznati napredek do zastavljenih ciljev in rezultatov, postavljenih v Uredbi in prepoznati gibanje in razvoj cen glasovnih in podatkovnih storitev tako na veleprodajnem, kot tudi na maloprodajnem trgu, z namenom vključitve, če je potrebno, predlogov regulacije cen za SMS in MMS ter podatkovnih storitev. Tako je prvi sklep Komisije, da se rok trajanja Uredbe prestavi čez 30.6.2010. Razen tega je bil nadaljnji sklep, da se Uredba regulacije gostovanja razširi še na regulacijo cen SMS-ov in podatkovnih storitev. Pojasnilo za širitev se nanaša na posebne karakteristike mednarodnega gostovanja, saj se posamezne storitve mobilnih operaterjev ne kupujejo posamezno, ampak v paketu z ostalimi storitvami. Tako se SMS in podatkovni del ne kupujejo posebej na nacionalnem nivoju, ampak so samo del širše ponudbe operaterjev na maloprodajni ravni, ki jo uporabniki kupujejo pri svojem domačem operaterju, in s tem preprečujejo konkurenčnost. Zaradi mednarodne narave storitev gostovanja, so torej nacionalni organi, ki so pristojni za zaščito in promocijo potrošnikov mobilnih storitev, nemočni na svojem ozemlju, saj ne morejo kontrolirati obnašanja obiskanih operaterjev, ki so locirani v preostalih članicah Unije. Tako je sledil odlok, da morajo biti vse storitve povezane z mobilnim gostovanjem, obravnavane z vidika enega trga, kar mora biti tudi osnova za celoten regulacijski okvir. Zaradi tega sklepa je bila ponovno sklicana Komisija, ki je delovala na nivoju Evropske Unije ne samo zaradi podaljšanja trajanja Uredbe glasovnih storitev, ampak tudi v skladu z razširitvijo regulacije še na SMS in podatkovne storitve.

Nacionalni regulatorji zbirajo podatke o cenah vseh storitev po kvartalnih odkar je Uredba pravno močna v poročilih, ki se imenujejo ERG poročila. Ta poročila so poslana Komisiji in na podlagi analiz teh podatkov je bilo odločeno, da ni dovolj dokazov o tem, da se bi trenutna konkurenca na veleprodajnem in maloprodajnem trgu prenašala še naprej, torej po juniju 2010, se pravi po končani regulaciji. Podatki namigujejo, da se cene gostovanja večine operaterjev nahajajo v bližini postavljenih mej regulacije, zelo malo pa je operaterjev, ki so pod to mejo. Prav zaradi tega, se pojavlja velik sum, da bi veleprodajne in maloprodajne cene gostovanja, v primeru ukinitve Uredbe, poskočile. Pomanjkanje regulacijskega pritiska bi pomenilo, da bi se cene gostovanja pri operaterjih na podlagi maksimiziranja prihodkov drastično oddaljile od regulacijskih cen, ki se nanašajo na stroškovno ceno gostovanja samega. Zatorej se je sprejel sklep, da se trajanje Uredbe podaljša za obdobje dveh let, torej do leta 2012.

Veleprodajna cena se lahko izračuna na podlagi dveh operaterjev iz Unije v obdobju 12 mesecev. Praksa nekaterih operaterjev je, da se zaračuna maksimalna veleprodajna cena, še dovoljena za minuto pogovora, ampak se ne uporablja sekundni interval zaračunavanja, kot je navada pri ostalih medomrežnih povezavah, ampak se uporabljajo različni intervali zaračunavanja, kar povzroči pri različnih operaterjih, zelo različne stroške. Različna višina stroškov na veleprodajni ravni pa vpliva na postavljene maloprodajne cene, zato se s tem dodatkom spremeni ne samo maksimalna veleprodajna cena za gostovanje, ampak se spremeni tudi način obračunavanja klica in sicer se preide na način sekundnega zaračunavanja. S tem pa se poveča razlika med



veleprodajnimi in maloprodajnimi cenami, ki zagotavljajo več konkurence pri cenah na maloprodajni ravni, s čimer se maksimizira tudi splošna raven konkurence na maloprodajnem trgu za storitve gostovanja. ERG poročila pa so istočasno prikazovala zelo različne povprečne cene gostovanja na maloprodajni ravni, prav zaradi različnih načinov zaračunavanja. Tako so specialisti na podlagi zgoraj navedenih poročil ocenili, da je v povprečju evrotarifa na računu uporabnikov znašala kar za 24% več za odhodne in 19% več za dohodne klice v primerjavi s postavljeno zgornjo mejo regulirane maloprodajne cene, pri vseh tistih operaterjih, ki niso zaračunavali po načinu sekundnega intervala. S tem so opozorili na netransparentnost maloprodajnih cen in predlagali urgentno spremembo na ravni načinov zaračunavanja evrotarifa. Na podlagi teh opozoril, bi se naj postavil enoten pravilnik za zaračunavanje evrotarifa, kar bi naj še okrepil enoten evropski trg in s tem tudi enoten pristop k zaščiti potrošnikov na celotnem ozemlju Skupnosti. Tako so operaterji določeni, da zaračunajo vse klice gostovanja, ki se nanašajo na evrotarifo, na maloprodajni ravni na podlagi sekundnega intervala, razen enkratnega minimalnega začetnega zneska v višini 30 sekund za odhodne klice. Ta začetni interval bo zagotovil operaterjem, da pokrijejo nekakšne »set-up« stroške, kot tudi, da jim zagotovi neke vrste fleksibilnost pri konkuriranju s cenami pri krajših obdobjih zaračunavanja. Pri prejetih klicih evrotarife, je začetni interval strogo prepovedan, saj so veleprodajni stroški zaračunani na podlagi sekundnega intervala in ker so specifični »set-up« stroški pokriti že s prejetimi cenami.

Uporabniku se ne smejo več zaračunati prejeta govorna sporočila v primeru gostovanja, saj uporabnik sam nima vpliva na trajanje sporočila. To je določljivo brez ozira na stroške govornih sporočil, kot npr. poslušanje takšnih sporočil.

Na podlagi ERG poročil so tudi ugotovili, da na ozemlju Skupnosti veleprodajne cene za SMS ostajajo stabilne in nimajo velikega vpliva na osnovne stroške za razliko od veleprodajnih cen za govorne klice, kjer ne obstaja dovolj učinkovit konkurenčni pritisk, da bi cene padale. Maloprodajne cene za SMS so tudi na splošno stabilne, kjer pa se pojavljajo visoki pribitki in cene so znatno višje, kot pa cene za pošiljanje SMS-jev na nacionalni ravni in to brez jasnega opravičila. Kot je že bilo povedano za govorne klice, sama regulacija na veleprodajni ravni ne zagotavlja nižjih cen na maloprodajni. Po drugi strani, omejitev maloprodajnih cen brez omejitve veleprodajnih stroškov, bi pomenil velik cenovni pritisk, predvsem na manjše operaterje. Tako se je Komisija odločila, da regulira tako veleprodajne kot maloprodajne cene za storitev SMS, da bodo cene vse bolj v skladu s stroški in domačimi cenami. S tem se bodo cene na veleprodajni ravni navezovale na dejansko povzročene stroške pošiljanja tekstovnega sporočila, na maloprodajni ravni pa se bo zaščitilo potrošnika oz. uporabnika te storitve. Tako je najprimernejši in učinkovitejši pristop enotna omejitev veleprodajne cene na podlagi povprečne zgornje meje za poslan SMS iz obiskanega omrežja znotraj Skupnosti. Povprečna maksimalna cena se določi na podlagi bilo katerih dveh operaterjev znotraj Skupnosti v določenem obdobju. Veleprodajna cena poslanega SMS-ja mora vsebovati vse povzročene stroške. Najučinkovitejši in primernejši pristop na maloprodaji je ustanovitev Evro-SMS tarife, ki ne bo prekoračila zgoraj določene cene. Tarifa bo obligatorna za vse operaterje v Skupnosti in bi morala biti na nivoju, ki še vedno zagotavlja pribitek operaterjem, ampak bi odražala tudi večjo skladnost s stroški. Ta reguliran pristop naj se ne uvaja na SMS-e z dodano vrednostjo. Gostovanim uporabnikom se tudi ne zaračuna za prejet SMS ali glasovno sporočilo medtem ko gostujejo v tujem omrežju, saj so stroški zaključevanja v tujem omrežju že vračunani v ceni za pošiljanje SMS-a ali govornega

sporočila. Tako se Evro-SMS tarifa vklopi samodejno vsem uporabnikom, novim ali obstoječim, ki namerno ne sprejmejo posebne SMS gostovane tarife ali posebnega paketa za gostovanje.

Zbrani podatki za podatkovne storitve so pokazali, da so povprečni veleprodajni stroški gostovanja v padajočem trendu, vendar še vseeno zelo visoki. Veliko skrb predstavljajo tudi visoke cene na maloprodajni strani, vendar za razliko od storitve SMS, je pri podatkovnem prometu konkurenčnost že prisotna, saj obstajajo še alternativne možnosti za uporabnika v tujini, kot so javno dostopne točke do interneta. Zatorej je zaenkrat še prezgodaj, da bi maloprodajne cene podatkovnega prometa bile dodane v regulacijski okvir. Razen tega mora biti vsaka povezava na omrežje v primeru gostovanja na podlagi uporabnikove privolitve, kar pomeni, da ne sme biti nobenega prenosa podatkov, vključno s posodobitvijo programskih oprem in pridobivanje elektronske pošte, dokler uporabnik tega striktno ne potrdi, razen v primeru, ko uporabnik ne želi uporabljati takšne vrste zaščite. Regulacija gre še naprej in prepoveduje operaterjem zaračunavanje bilo kakšnih podatkovnih storitev v tujini, dokler uporabnik ne potrdi podatkovne storitve. Vseeno pa morajo biti vpeljane spremembe na podlagi katerih bodo cene na maloprodajni ravni transparentnejše in predvsem zaradi preprečitve tako imenovanih »bill-shock« ali pretresenosti uporabnikov zaradi previsokih računov, ki preprečujejo mirno delovanje trga. Razen tega je potrebno uporabnikom priskrbeti orodje, s katerim bodo lahko spremljali in nadzorovali svojo porabo v tujini. Razen tega ne sme biti nikakršnih ovir za uporabo alternativnih podatkovnih storitev, kot so WiFi, VoIP,... Uporabnik mora biti primerno obveščena in se na podlagi zadostnih informacij zavestno odločiti za uporabo. V skladu s tem morajo biti uporabniki v tujini vsakič obveščeni o njihovih cenah uporabe podatkovnih storitev, ko prestopijo meje članice Skupnosti. Ta podatek mora biti dostavljen na mobilni aparat v skladu s primernim obsegom sporočila in lahkotnem dostopu. Vrh tega in v skladu s preprečitvijo bill-shock-ov, morajo operaterji določiti mesečne finančne ali količinske meje, na podlagi katerih bi v primeru približanju zgornje meje, sledilo opozorilno sporočilo, ki bi bilo za uporabnika brezplačno. V skladu s postavljenjo mejo, se uporabniku ne sme več zaračunavati oz. se mu storitev ne sme več dovoljevati, razen v primeru, da uporabnik striktno potrdi uporabo, pred katero je bil primerno opozorjen s strani operaterja. S tem bodo dobili uporabniki v gostovanju priložnost, da optimizirajo stroške, limite in količino prenesenih podatkov v omenjenem obdobju ali se odločile, da tega ne bodo uporabljale. V primeru, da uporabnik ne zahteva kaj drugega, se jo bo postavilo na določen limitni sistem.

Velik razlog za visoke cene podatkovnih storitev na veleprodajnem trgu se pojavlja v nezmožnosti zadostnega »steeringa«, kar pripomore do gostovanja v ne-prioritetnih omrežjih, kjer so cene lahko tudi to 30 krat višje, kot v prioritetnih omrežjih. Visoke cene vplivajo na izkrivljanje konkurence med operaterji, kar povzroča neenotnost trga Skupnosti. Prav tako operaterji težko predvidevajo stroške, kar prinese nepregledne maloprodajne cene. Zatorej mora biti veleprodajna cena postavljena nad najnižjo veleprodajno ceno trenutno dosegljivo na trgu, da bo zagotovila konkurenčne razmere in razvoj trga v smeri, kjer bodo rezultate žanjali uporabniki.

Tako so bila sprejeta dopolnila k nekaterim členom iz sprejete Uredbe o gostovanju v javnih mobilnih telefonskih omrežjih znotraj Skupnosti in spremembah Direktive 2002/21/ES iz dne 29.6.2007. Člen 1 se razširi iz govornih klicev, še na regulirane cene tako poslanih in prejetih

SMS-ov, kot tudi uporabe podatkovnih storitev v tujini. Najpomembnejše spremembe celotnega dodatka k Uredbi pa so v členih 4 in 5, kjer so v absolutnih številih predstavljene nove veleprodajne, kakor tudi maloprodajne cene, pod novimi pravili. Tako se povprečna veleprodajna cena še vedno izračunava za obdobje 12 mesecev med dvema operaterjema, ampak tokrat najvišja mejna cena ne sme presegati 0,28€ od dne 30.8.2008 in 0,26€ od 1.7.2009, ter se spusti še na 0,22€ v letu 2010 ter 0,18€ v letu 2011. Sprememba se pojavi od 1.7.2009 tudi pri načinu obračunavanja, saj je ta prilagojen na sekundni interval zaračunavanja, z edino dodatno možnostjo zaračunavanja obiskanega operaterja, da le-ta zaračuna enkratni minimalni začetni interval v višini 30 sekund. Prav tako se z letom 2009 preide v veljavo, da je zgornja meja veleprodajne cene za poslan SMS 0,04€. Ta povprečna cena se še vedno obračuna med dvema operaterjema v Skupnosti na podlagi 12 pretečenih mesecev. Razen tega ne sme imeti uporabnik, ki gostuje pri drugem operaterju znotraj skupnosti, nobenih stroškov v primeru prejetih SMS-ov v tujini. Regulacija na ravni veleprodaje se razširi tudi na podatkovne storitve in sicer z učinkovitim datumom 1.7.2009. S tem datumom se povprečna cena za podatkovni promet lahko približa, ne sme pa preseči 1€/MB. Leto kasneje se ta cena zniža na 0,80€/MB in v letu 2011 pride celo na 0,50€/MB. Povprečna veleprodajna cena bo izračunana na podlagi celotnih prihodkov iz naslova prenesenih podatkovnih storitev v tujih reguliranih članicah in deljena z vsemi prenesenimi dejanskimi podatki izraženimi v MB, vendar na podlagi prenosa v intervalih izraženih v KB. Za lažje razumevanje glej tabelo Pregled veleprodajnih cen.

*Tabela 3: Pregled veleprodajnih cen*

Obdobje od	Odhodni klici	Interval zaračunavanja	SMS	Podatkovni promet
30.8.2008	0,28€/min	ni regulacije	ni regulacije	ni regulacije
1.7.2009	0,26€/min	sekundni, možnost 30 sec	0,04€/SMS	1€/MB; 1KB prenosa
1.7.2010	0,22€/min	sekundni, možnost 30 sec	0,04€/SMS	0,80€/MB; 1KB prenosa
1.7.2011	0,18€/min	sekundni, možnost 30 sec	0,04€/SMS	0,50€/MB; 1KB prenosa

*Vir: Dodatek k Uredbi za mednarodno gostovanje.*

Cene, ki jih operater zaračuna svojim uporabnikom za gostovanje v drugih članicah Skupnosti, so lahko različne, ne smejo pa preseči zgornje regulirane meje (ki ne vsebuje davka), ki je 0,49€/min za odhodni klic in 0,24€/za prejeti klic. Cene padejo najprej na 0,46€/min in nato 0,43€/min za odhodne klice ter na 0,22€/min in nato na 0,19€/min za prejeti klic, najprej na dan 30.8.2008 in nato z dnem 1.7.2009. Naslednji padec cen je s 1.7.2010, kjer je najvišja mejna cena 0,39€/min in 0,15€/min za prejeti klic, z letom 2011 pa se spustijo odhodni klici celo na 0,35€/min in 0,11€/min za prejeti klic. S 1.7.2010 se preneha zaračunavanje za prejeta govorna sporočila, kot so poslušana sporočila na osebni tajnici. Prav tako z nedavno navedenim datumom začne veljati, da mora operater zaračunati vse klice, ki so v skladu z evrotarifno na podlagi sekundnega intervala. Razen sekundnega intervala je operaterju dovoljeno, da zaračuna enkratno, minimalen začetni interval v višini 30 sekund. Vsak uporabnik lahko od domačega operaterja zahteva implementacijo iz in/ali na evrotarifno kadar koli želi in brezplačno. Implementacija mora biti narejena v roku enega delovnega dne od prejema zahtevka in ne sme vsebovati nobenih restrikcij ali restrikcij, ki bi se nanašale na preostale elemente prijave. V primeru, da vsebuje paket, na katerega je uporabnik prijavljen, več storitev gostovanja, kot je govorni promet, SMS ali podatkovni promet, in želi uporabnika preklopiti na evrotarifno, lahko domači operater od uporabnika zahteva, da se le-ta odpove dodatnim ugodnostim posebne tarife.

Domači operaterji morajo zagotavljati vsem svojim uporabnikom novo Evro-SMS tarifo in sicer jasno in transparentno. Evro-SMS tarifa ne sme biti povezana z nobeno dodatno prijavo ali kakšno drugo ustaljeno tarifo, ki je povezana z dodatno prijavo. Tako so operaterji z dnem 1.7.2009 zadolženi, da je cena Evro-SMS tarife lahko različna, da pa ne sme presegati zgornje določene meje, ki znaša 0,11€ za poslan SMS iz tujega operaterja znotraj Skupnosti. Prav tako operaterji ne smejo zaračunati prejetih SMS-ov v tujini in morajo z zgoraj navedenim datumom zagotoviti novo Evro-SMS tarifo vsem obstoječim uporabnikom avtomatično, razen tistim, ki so predhodno zahtevali drugo tarifo ali paket, s katerim pridobijo v primerjavi z regulirano Evro tarifo. Prav tako bodo avtomatično priskrbeli regulirano SMS tarifo vsem novim uporabnikom, ki se niso namerno odločile za kakšno drugo SMS tarifo ali paket gostovanja, ki bi že vseboval drugačne cene od reguliranih. Prav tako lahko tudi za Evro-SMS tarifo uporabniki vedno zaprosijo za spremembo tarife, ki mora biti implementirana v roku enega delovnega dne od prejetega zahtevka in brezplačno.

Transparentnost cen in informiranost uporabnikov mora biti zagotovljena s strani operaterjev na način, da avtomatično, brez zamud in brezplačno, s tekstovnim sporočilom obvesti uporabnika o cenah govornih klicev in pošiljanju ter prejemanju SMS-ov, ob vstopu v državo članico. To pravilo velja vedno, razen v primeru, ko uporabnik predhodno obvesti operaterja, da ne potrebuje takšne storitve. Tekstovno sporočilo mora vsebovati maksimalno zaračunano ceno, ki se nanaša na njegovo tarifno ali paketno shemo in sicer za:

- odhodne klice znotraj gostovane države in klice nazaj v domače omrežje, kakor tudi za prejete klice,
- poslane regulirane cene SMS-ov v državi članici.

Prav tako mora sporočilo vsebovati brezplačno številko na katero se lahko uporabniki obrnejo, kadar potrebujejo dodatne informacije glede evropske regulacije same in informacije o možnem dostopanju brezplačne mednarodne številke za klic v sili. Uporabnik, ki se je odločila, da ne želi prejemati tovrstnih informacij, ima pravico, da si vedno in brezplačno premisli. Prav tako mora operater prilagojene informacije o cenah brezplačno posredovati v obliki govornega klica, v primeru, da uporabnik to zahteva. Operater mora zagotoviti tudi podrobnejše informacije o cenah gostovanja na zahtevo uporabnika, kjer koli se ta nahaja znotraj Skupnosti, in sicer brezplačno in v obliki sporočila ali govornega klica iz številke, namenjene samo za te storitve. Domači operater mora poskrbeti tudi za splošno informiranost svojih uporabnikov glede sprememb pri Evro tarifah tako za govorne klice, kot tudi za SMS-e. V skladu s tem dodatkom, morajo operaterji poskrbeti, da bodo uporabniki glede novih cen obveščeni najkasneje do 1.6.2009 na jasn način. Prav tako morajo poskrbeti za poslane opomnike na primerne intervale vsem tistim uporabnikom, ki so se odločili za posebne tarife za gostovanje.

Poseben poudarek so v dodatku Uredbe namenili transparentnosti maloprodajnih cen za podatkovne storitve v tujini in mehanizme za preventivno zaščito pred nekontrolirano porabo letih. Tako so morajo domači ponudniki svojim uporabnikom zagotoviti primerno informiranost o maloprodajnih cenah v reguliranih gostovanjih, predvsem pa preveriti njihovo zavedanje finančnih posledic uporabe takšne storitve v tujini in jim dovoliti, da spremljajo in kontrolirajo

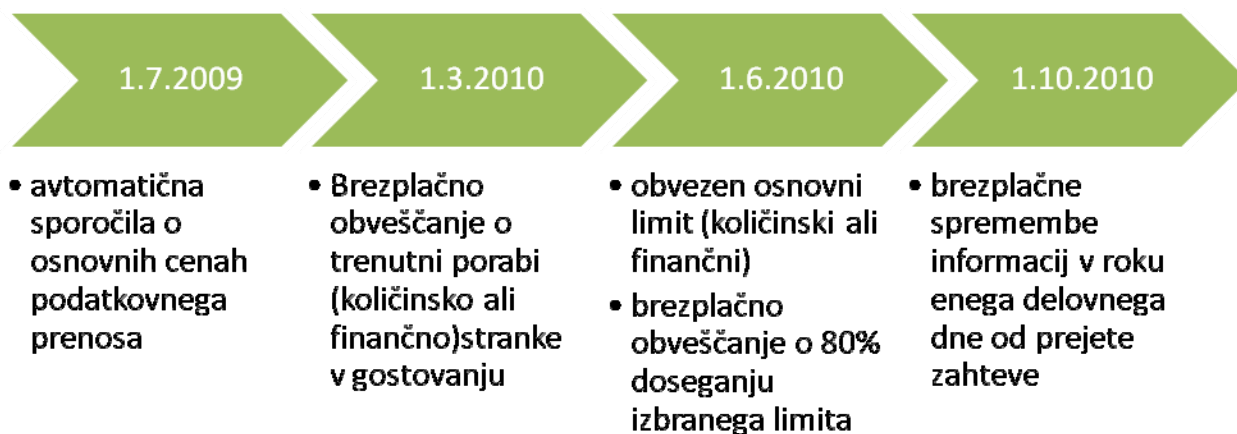
tekočo porabe med gostovanjem. Na podlagi zgoraj napisanega so odločili, da mora domači ponudnik, najkasneje s 1.7.2009, začeti obveščati svoje uporabnike z avtomatičnim sporočilom, da je v gostovanju in mu sporočiti njegove osnovne cene glede reguliranih podatkovnih storitev. Takšno sporočilo je obvezno, razen v primerih, ko uporabnik predhodno obvesti ponudnika, da takšnih obvestil ne potrebuje. Osnovne informacije o cenah se pošljejo preko SMS sporočila, elektronske pošte ali pop-up okna na računalniku, vedno in vsakič ko uporabnik prestopi meje države članice in se prijavi v novo omrežje z zahtevo o podatkovnih storitvah. Informacije morajo biti priskrbljene brezplačno, hitro in razumljivo. Vsak uporabnik, ki je obvestil domačega operaterja, da ne želi prejemati takšnih informacij, ima pravico, da se mu storitev zopet vključi in to brezplačno. Od 1.3.2010 bo moral vsak operater zagotoviti svojim uporabnikom brezplačno obveščanje o porabljeni količini prenesenih podatkov ali finančni porabi v domači valuti, ko je uporabnik v gostovanju v eni izmed reguliranih držav. Prav tako bo moral operater zagotoviti brez posebne privolitve uporabnika, da uporabnik v določenem obdobju akumulirane porabe podatkovnih storitev ne bo presegel določen finančen limit. V ta namen bo moral operater določiti enega ali več finančnih limitov v določenem časovnem obdobju in predhodno o tem obvestiti svojega uporabnika. Eden izmed teh limitov (osnovni limit) je lahko blizu, ampak poraba ne sme preseči 50€ na mesečnem računu (brez davka). Alternativno sme operater obvestila o limitih izraziti v prenesenih podatkih, vendar mora biti uporabnik v naprej obveščena o finančnem vplivu tega prenosa. Eden izmed teh limitov (osnovni limit) mora imeti ustrezen finančni znesek, kjer poraba ne sme presegati 50€ na mesečnem računu (brez davka). Kot dodatek pa je dovoljeno, da operater ponuja več limitov, od katerih so lahko njihovi zneski višji ali nižji od 50€. Od 1.6.2010 mora biti vsem uporabnikom zagotovljen osnovni limit, v primeru, da si sami niso izbrali kakšnega drugega. Vsak operater mora zagotoviti primerno sporočilo, kot SMS poslan na uporabnikov mobilni telefon, preko elektronske pošte ali pop-up okna na računalniku, ko podatkovni prenos v tujini doseže 80% dogovorjenega količinskega ali finančnega limita. Uporabniki imajo pravico, da zahtevajo od operaterjev, da se jim takšna obvestila ne pošiljajo, vedno pa imajo tudi možnost, da jih začnejo zopet prejemati in to brezplačno. V primeru, da je limit presežen, se pošlje uporabniku obvestilo na mobilni telefon ali drug mobilni aparat. Sporočilo mora vsebovati navodila, po katerih lahko uporabnik še naprej nadaljuje s podatkovnimi storitvami in navedeni morajo biti tudi stroški, ki so povezani z nadaljnjo uporabo teh storitev. V primeru, da uporabnik ne ravna po zgoraj navedenih navodilih, mora domač operater takoj prenehati z oskrbo storitve in z nadaljnjim zaračunavanjem. Od 1.10.2010 naprej je obvezujoče za operaterja, da v primeru kakršne koli optimizacije ali spremembe limita na podlagi uporabnikove pobude, mora biti sprememba narejena v roku enega delovnega dne od prejema zahteve, brezplačno, in ne sme vsebovati kakršnih koli omejitev ali pogojev na ostale elemente prijave.

Tabela 4: Pregled maloprodajnih cen

Obdobje od	Odhodni klici	Prejeti klici	Interval zaračunavanja	SMS	Podatkovni promet
30.8.2008	0,46€/min	0,22€/min	poljubno	ni regulacije	ni regulacije
1.7.2009	0,43€/min	0,19€/min	sekundni, možnost 30 sec	0,11€/SMS	obvestila o cenah
1.7.2010	0,39€/min	0,15€/min	sekundni, možnost 30 sec	0,11€/SMS	obvestila o cenah, 1.3.2010 podatkovni limit
1.7.2011	0,35€/min	0,11€/min	sekundni, možnost 30 sec	0,11€/SMS	obvestila o cenah, 1.3.2010 podatkovni limit

Vir: Dodatek k Uredbi za mednarodno gostovanje.

Slika 1: Pregled regulacijskih zahtev za podatkovni promet



Vir: Dodatek k Uredbi za mednarodno gostovanje.

Revidiranje Uredbe bo sledilo najkasneje do 30.6.2011. Tako bo Komisija med drugim predvsem pregledala naslednje alineje:

- razvoj veleprodajnih in maloprodajnih cen za tako govorne klice, SMS in podatkovni promet, na podlagi primerjave domačih cen in cen na ravni Skupnosti tako za predplačnike, kot tudi pogodbene stranke. Prav tako bodo ocenjena kvaliteta in hitrost storitev,
- razpoložljivost in kvaliteta alternativnih storitev gostovanju (za govorne klice, SMS in podatkovni promet), predvsem z vidika tehnološkega napredka,
- obsežnost koristi in ugodnosti, ki so jih uporabniki pridobili z znatnim znižanjem cen za gostovanje v tujini in znižanjem stroškov priskrbe storitev gostovanja ali vrsti različnih tarif in produktov, ki so na voljo potrošnikom z različnimi vzorci uporabe mobilne telefonije,
- stopnjo konkurence na veleprodajnih in maloprodajnih trgih, predvsem z vidika malih, samostojnih ali novih operaterjev, vključujoče s konkurenčnimi vplivi na komercialne pogodbe in medoperaterske povezave.

Komisija se lahko poslužuje tudi necenovnih metod, ki bi prispevale k večji konkurenčnosti znotraj trga za gostovanje in bo s tem razlogom izvedla analizo neodvisno od organov evropske regulacije. Na podlagi teh ugotovitev, bo Komisija podala naslednje predloge. Tako bo Komisija najkasneje s 30.6.2010 pripravila interni report za Evropski parlament, ki bo vseboval povzetek sledenja in priskrbovanja storitev gostovanja v Skupnosti z načeli in cilji te odločbe. Ta Uredba stopi v veljavo z naslednjim dnem publikacije v Uradnem listu Evropske unije in se izteče z dnem 30.6.2012.

### **3. Predstavitev Si.mobil-a**

#### **3.1. Osnovne informacije**

Si.mobil telekomunikacijske storitve d.d. ima sedež na Šmartinski cesti 134 b v Ljubljani in je kot prvi zasebni mobilni operater v Sloveniji uporabnikom svoje storitve predstavil 25.03.1999. Na spletnih straneh Si.mobil-a piše, da so bili prvi lastniki podjetja: Telia AB (29,30 %), Istrabenz (17,50 %), PID Kmečka družba (17,50 %), Intereuropa (11,70 %), Iskratel (11,60 %), Medaljon (5,00 %), Probanka (5,00 %) in Telmont (2,40 %). Z njegovim vstopom na trg se je začela razvijati konkurenca na slovenskem telekomunikacijskem trgu. Cene storitev in mobilnih aparatov so se začele zniževati, kakovost je rasla in mobilna telefonija je postala dostopna vsem uporabnikom. Leta 2001 je postal večinski lastnik podjetja družba mobilkom Austria oziroma Telekom Austria group (februar 2010), ki pa je postal 100-odstotni lasntik maja 2006. Eden izmed mejnikov družbe Si.mobil je tudi partnerstvo s svetovnim operaterjem Vodafone, ki je nastopilo januarja 2003 (O Si.mobil-u, 2010)

Vodstvo družbe ima predsednika uprave Dejana Turka in dva člana uprave. Eden pokriva finančno področje in se imenuje Milan Zaletel, Horst Pertl pa je član uprave za tehniko. Skupaj s sektorskimi direktorji so oblikovali vizijo in načela družbe, ki so podlaga za dobro konkuriranje na slovenskem trgu.

Vizija podjetja se tako glasi: »Smo najprivlačnejši ponudnik komunikacij v Sloveniji, » in je podprta z načeli, kot so: »Omogočamo odlično uporabniško izkušnjo, ponujamo kakovostne

storitve, vredne svoje cene, bistro novosti in kakovost zagotavljamo z zabavo in s strastjo, prepričani smo, da smo zaposleni ključ do uspeha, odgovorni smo do družbe in okolja.« Prav ta po so podkrepljena s številnimi prejetimi nagradami, med katerimi je pred kratkim dobljena Zlata nit za najboljšega zaposlovalca leta 2009. Nekaj izmed njih je še EFFIE 2008, SOF 2008, Superbrands, Netko, certifikat družini prijazno podjetje, certifikat ugleden delodajalec in še bi lahko naštevala. Predvsem pa so zaposlenim pomembne vrednote, ki jim poskušajo vsi v največji meri slediti. Te pa so:

### 1. Porabnik je kralj!

Uporabnika želimo najprej razumeti, saj le tako lahko ponudimo rešitve, ki jih zares potrebuje. Hkrati se močno zavedamo dejstva, da kar velja danes, ne bo veljalo jutri, zato je edina konstanta, ki jo priznavamo ta, da se nenehno spreminjamo in prilagajamo.

### 2. Vrednost za denar

Naša največja naloga je ponuditi kakovostne storitve po optimalnih cenah. Optimalnih za naše uporabnike in tudi za nas, saj smo zavezani tudi k učinkovitemu poslovanju našega podjetja. Nenehno izboljšujemo našo učinkovitost, saj ne želimo po nepotrebem izgubljati časa in denarja.

### 3. Profesionalnost

Trg je neizprosna in "jutri" bodo dočakale samo najboljše blagovne znamke, zato so kakovost, strokovnost in zanesljivost trije temeljni kamni, na katerih gradimo. Vse to pa lahko uresničujejo le visoko motivirani in usposobljeni strokovnjaki, ki nenehno dopolnjujejo svoje znanje (Vizija, poslanstvo in vrednote, 2010).

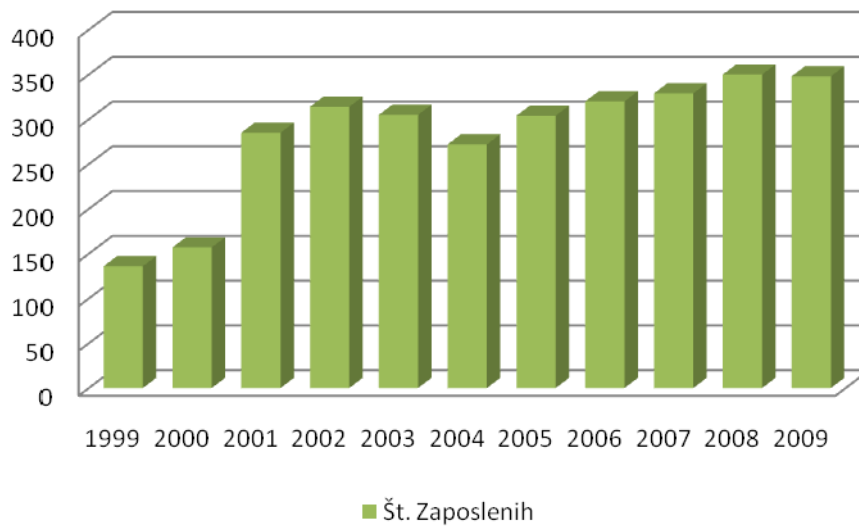
## **3.2. Zaposleni**

Na dan 31.12.2009 je bilo v družbi Si.mobil zaposlenih 353 delavcev. Povprečna starost med njimi je okoli 34 let, kar kaže na mlad kolektiv.

Na svoji spletni strani so med drugim zapisane še ostale lastnosti in sicer visoka motiviranost in strokovna usposobljenost, visoka pripadnost podjetju in nizka stopnja fluktuacije.



Slika 2: Gibanje zaposlenih na Si.mobil-u od leta 1999-2009



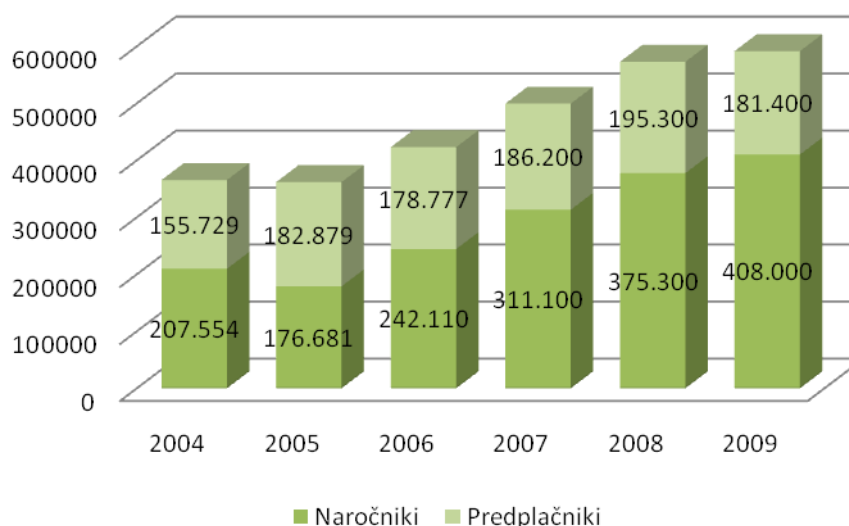
Vir: Si.mobil-ovi interni podatki.

Predvsem pa se podjetje rado ponaša s tem, da je odgovoren delodajalec. Argumenti, ki jih podjetje samo navaja temu v prid so, da ponujajo sistematičen razvoj zaposlenih z orodji, kot so letni razgovori, sistem nagrajevanja glede na doseg ciljev in osebni razvoj ključnih sodelavcev. Podjetje svojim uslužbencem ponuja nezgodno zavarovanje in kolektivno dodatno pokojninsko zavarovanje, posebno skrb ponuja za zaposlene starše (otroški časovni bonus, fleksibilen delovni čas, strokovna skupina za usklajevanje interesov sodelavcev in podjetja). Razen tega skrbijo za redno komunikacijo s sodelavci in skrbijo za dobro počutje le-teh s posebnimi pozornostmi. Kot dokaz zapisanemu sta že zgoraj omenjeni priznanji in sicer posebno priznanje Zlata nit za najbolj inovativen in družbeno odgovoren odnos do zaposlenih in širšega okolja v letu 2008, Zlata nit za najboljšega zaposlovalca leta 2009, certifikat Družini prijazno podjetje, priznanje Ugleden delodajalec in nagrada za najinovativnejšo kadrovsko prakso za projekt Re.misli.

### 3.3. Rezultati v letu 2009

Kljub negativnim gospodarskim dogajanjem v letu 2009 je družba Si.mobil relativno dobro poslovala v preteklem letu. Število svojih uporabnikov je povečala za 3,3% na 589.400. Od tega se je število naročnikov povečalo na 408.000, število predplačnikov pa na 181.400. Podrobnejše gibanje uporabnikov je lepo vidno tudi v spodnjem grafu.

Slika 3: Rast Si.mobil-ovih uporabnikov od 2004-2009



Vir: Si.mobil-ovi interni podatki.

S tem si je podjetje povečalo tudi tržni delež, ki je narasel na 28, 2%. Penetracija mobilnih komunikacij se je v Sloveniji v preteklem letu povečala s 102,7 % na 102,9%. Zaradi stanja na trgu, pa je podjetje utrpelo tudi manjši prihodek kot leto poprej in sicer za 5%. Podrobnejše informacije Si.mobil-ovih rezultatov in primerjava na predhodno leto, pa je razvidna iz spodnje tabele, ki je javno objavljena tudi na njihovi spletni strani (letno poročilo, 2009).

Tabela 5: Si.mobil-ovi rezultati za leto 2009 v primerjavi z leto 2008

Si.mobil	2009	2008	Sprememba
Prihodki v mil. EUR	180,3	189,5	-5%
EBITDA v mil. EUR	48,2	58,8	-18%
EBIT v mil. EUR	25,5	37,4	-32%
ARPU v EUR	21,7	24	-10%
Število vseh uporabnikov	589400	570600	3%
Število naročnikov	408000	375300	9%
Število predplačnikov	181400	195300	-7%
Tržni delež	28%	28%	/
Penetracija	103%	103%	/
Pokritost GSM	100%	100%	/
Pokritost EDGE	90%	90%	/
Pokritost UMTS/HSDPA	64%	50%	/

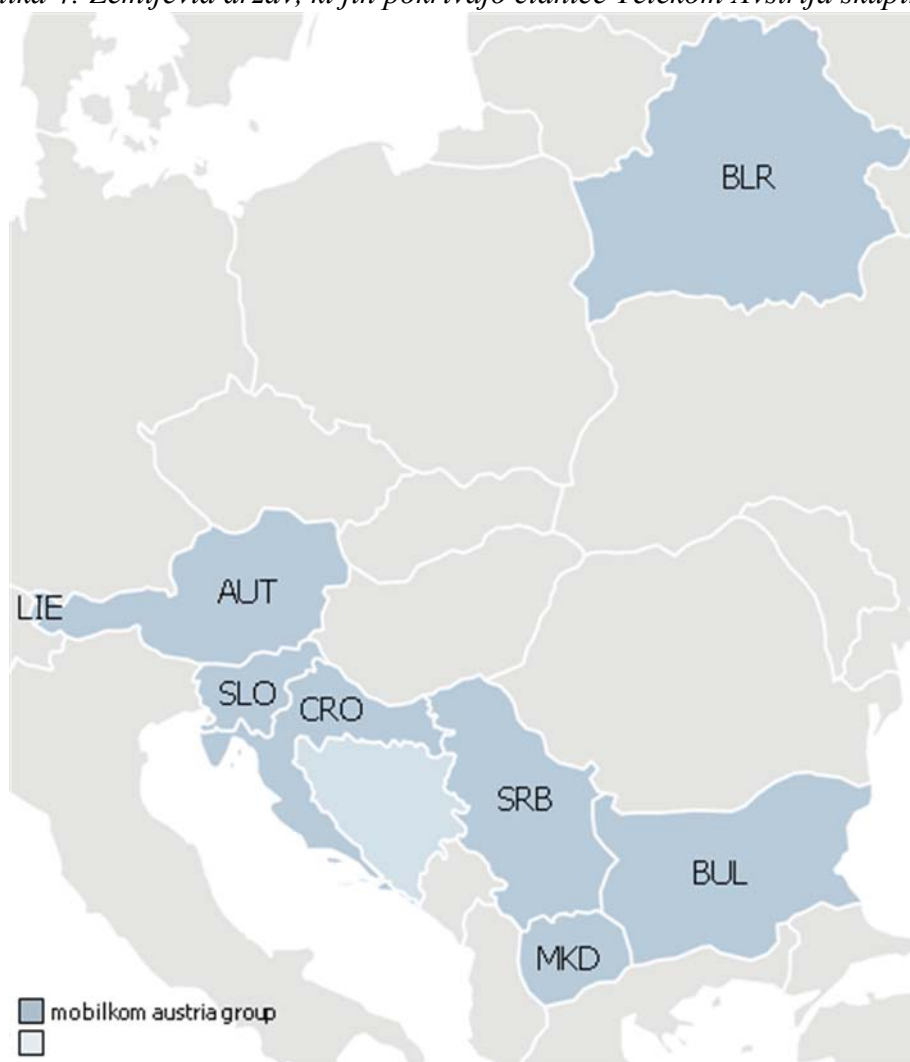
Vir: Si.mobil-ovo letno poročilo za leto 2008 in 2009.

### 3.4. Si.mobil kot del mednarodne skupine

Si.mobil pa ni le prisoten na slovenskem trgu, ampak je kot del Telekom Avstrija skupine (v nadaljevanju tudi TA skupina) del najmočnejše skupine mobilnih operaterjev v Srednji in Vzhodni Evropi. V skupini so operaterji mobilkom Avstrija, Vip net Hrvaška, Vip mobile Srbija, Vip operator Makedonija, mobilkom Liechtenstein, M-tel Bulgarija, Velcom Belarusija in Si.mobil Slovenia. S tem pokriva 8 evropskih držav, od katerih so 3 članice Evropske unije in

ena članica Evropskega združenja za prosto trgovino (EFTA). Glavna prednost skupine je izrabljanje sinergij znotraj nje tako v obliki prenosa znanja, zmanjševanja stroškov in tehničnega »outsourcinga«.

Slika 4: Zemljevid držav, ki jih pokrivajo članice Telekom Avstrija skupine



Vir: Si.mobil-ovi interni podatki.

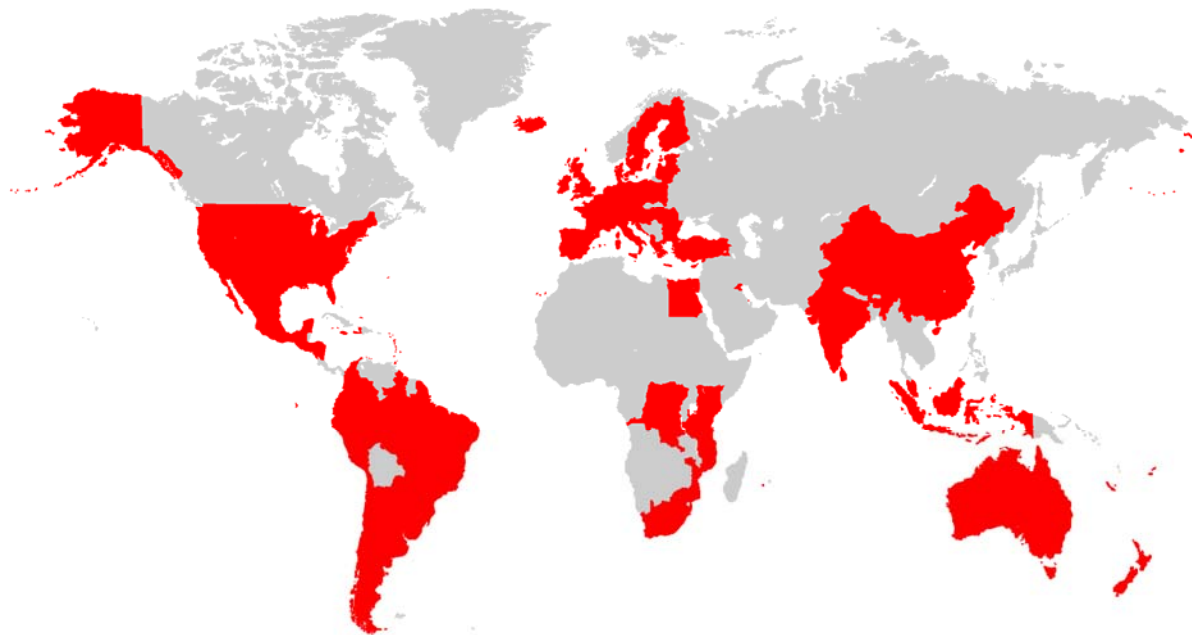
Za primerjavo bom navedla samo nekaj splošnih podatkov, ki jih je Telekom Avstrija skupina navedla v svojem letnem finančnem poročilu za leto 2009:

- TA skupina je svojo naročniško bazo povečala za 6,4 odstotke na 18,9 milijonov uporabnikov, kljub težkim ekonomskim okoliščinam
- Prihodki so se znižali za 7,1 odstotka na 4,8 milijarde EUR zaradi manjših neto prihodkov iz naslova fiksne telefonije, gibanja trga tujih valut in nižjih cen v mobilni telefoniji
- Uspešno zmanjševanje stroškov na obeh segmentih je zmanjšalo operativne stroške in ublažilo vpliv manjših prihodkov na EBITDA
- Na podlagi podatkov celotnega leta 2009 je upravni odbor predlagal izplačilo dividend v vrednosti 0,75 EUR na delinico
- Združenje domačih operaterjev bo prinesel prednosti iz vidika naročnika in zelo povišal povpraševanje po konvergentnih produktih in storitvah

- Nenehno pričakovanje prednosti združitve domačih operaterjev (TA results Q4, 2009).

Simobil pa ni le del TA skupine, ampak je tudi Vodafon-ov partner. Tako je leta 2003 nastal sporazum o ekskluzivnem sodelovanju, kjer se je podjetje predstavilo pod skupno blagovno znamko Si.mobil – Vodafone ter z novim sloganom “Ujemi svet”. Blagovno znamko je uporabljalo vse do leta 2008, ko se je le-ta preoblikovala. Kljub temu pa še vedno uporablja globalne produkte in storitve, kot so Vodafone liveTM, Vodafone Mobile Connect Card, BlackBerryTM iz Vodafona ... glede na to, da je Vodafonova mreža na globalni ravni, je prednost partnerstva tudi na ravni mednarodnega gostovanja v prednosti sklepanja pogodb, pa tudi v cenovnem pogledu. Pokritost Vodafonovih operaterjev po svetu prikazuje spodnja slika.

*Slika 5: Vodafon-ovi operaterji po svetu*



*Vir: Si.mobil-ovi interni podatki.*

### **3.5. Nacionalni regulator APEK**

Kratice APEK pomeni agencija za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije. Je neodvisen regulatorni organ, ustanovljen s Sklepom o ustanovitvi Agencije za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije (Uradni list RS, št. 60/01, 52/02 in 80/04), za urejanje in nadzor delovanja na področju elektronskih komunikacij in pošte ter za opravljanje določenih nalog na področju radijske in televizijske dejavnosti.

Poslanstvo tega organa je zapisano tudi na spletni strani in bi naj bilo »regulacija trga elektronskih komunikacij, vključno z radijsko in TV dejavnostjo ter pošto«. Med drugim pa bi naj tudi: zagotavljali primerne pogoje za razvoj konkurence, omogočali svobodne gospodarske pobude, upravljali z radio frekvenčnim spektrom in številskim prostorom, spodbujali razvoj novih, kakovostnih, sodobnih, varnih in cenovno dostopnih storitev po meri uporabnikov ter zagotavljali pogoje za razvoj radijskih in TV programov (Poslanstvo, 2010).

Organizacija agencije je bila pred kratkim prestrukturirana in izvedena je bila tudi optimizacija poslovnih procesov. Na čelu agencije je direktor, ki jo vodi s pomočjo svetovalcev. Trenutno je to v.d. direktorja Dušan Schuster. Organizacijska shema se deli naprej po področjih in sicer področje za radio komunikacije, telekomunikacije, pošto, pravo in nadzor.

V primeru mednarodnega gostovanja se nacionalni regulator podreja izvajanju Uredbe Evropske komisije. Tako v skladu z Uredbo vodi izvajanje letnih poročil podatkov o reguliranih cenah v Evropski Skupnosti in te objavlja na svoji spletni strani, tako kot tudi določene rezultate teh poročil.

## **4. Vpliv regulacije na Si.mobil**

### **4.1. Predstavitev in primerjava podatkov pred in po regulaciji (2006, 2007, 2008, 2009)**

Kot je že omenjeno na začetku, lahko gostovanje gledamo iz različnih pogledov. Na Si.mobil-u zaslužek iz naslova gostovanja spremljamo tako na podlagi gostujočih uporabnikov, kot tudi na podlagi svojih uporabnikov, ki gostujejo v tujini. Tujim uporabnikom, ki gostujejo pri nas, v poslovnem žargonu pravimo »visitorji«, našim v tujini pa »customerji«. V preteklosti je bil večji poudarek na tujcih pri nas, z večanjem baze lastnih uporabnikov, pa se je pomembnost obeh tipov uporabnikov dokaj izenačila.

#### **4.1.1. Pogled iz vidika gostujočih uporabnikov v Si.mobil-ovem omrežju**

Gostujoči uporabniki, ki ustvarijo največji del minutaže, so iz držav Evropske unije in utvarijo kar 80% minut. To dejstvo je še posebej relevantno, ko govorimo o regulaciji cen držav članic Evropske unije, saj kar 73% celotnih prihodkov nastane kot posledica posojanja Si.mobil-ovega omrežja uporabnikom iz teh držav. Kot kaže spodnja tabela št. 6 Odstotkovni pregled prometa po celinah je na drugem mestu preostala Evropa, vendar v primerjavi s članicami Unije, bistveno manjšim deležem 19%. Sledi ji Azija in Amerika, obe s slabim odstotkom. Nezanemarljiv delež pa nosita še Afrika in Oceanija, kamor uvrščamo Avstralijo, Novo Zelandijo in nekaj majhnih eksotičnih otočkov. Med najpomembnejšimi državami so tri sosednje države, vendar sta najbolj v ospredju Avstrija in Italija, ki si izmenično delita prvo mesto. Izmenično deljenje prvega mesta je odvisno od letnega časa, razporeditvi praznikov in seveda tudi ekonomsko gospodarskega stanja držav. Vsi naštetih dejavniki pa imajo vpliv seveda tudi na vse ostale države, ki so med najpomembnejšimi državami gostujočih uporabnikov v Si.mobil-ovem omrežju. Na tem mestu bi bilo smiselno omeniti tudi diskontne pogodbe, ki jih pa v tem delu nisem posebej obravnavala zaradi njihove širine in zaupnosti podatkov. Posledica teh posebnih pogodb na veleprodajnem nivoju je, da so operaterji prisiljeni zaradi njih spustiti veleprodajne cene še na nižji nivo, kot je regulirana cena, kar posledično pomeni še nižje prihodke.

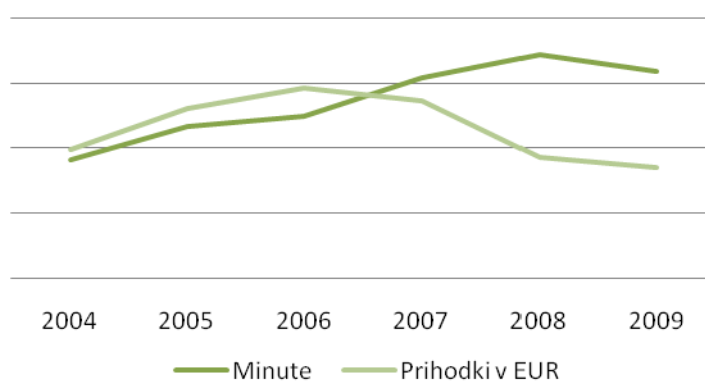
Tabela 6: Odstotkovni pregled gostujočega prometa po celinah

Kontinent	Delež po minutah	Delež po prihodkih
Evropska unija	80%	73%
Preostala Evropa	19%	24%
Amerika	0,6%	1,0%
Afrika	0,1%	0,1%
Azija	0,8%	1,9%
Oceanija	0,1%	0,2%

Vir: Si.mobil-ovi interni podatki.

V tem delu sem proučevala podatke od leta 2004 pa do konca leta 2009. Gibanje minut in prihodkov iz tega naslova za omenjena leta lepo prikazuje spodnji graf. Iz njega je viden trend pred uvedbo regulacije in po njem. Pred letom 2007 se trend minut in prihodkov vzporedno povečuje in to v povprečju med 15% do 20% letno. Po 30.8.2007 pa se trend spremeni. Ne samo, da je drastičen upad prihodkov, kot posledica regulacije cen v Evropski uniji, vidi se tudi manjši prirastek k minutam, sploh v drugi polovici leta 2008 in v celotnem letu 2009. Glede na to, da se je regulacija cen začela v drugi polovici leta 2007, se že vidi velik upad prihodkov, kljub 24% povečanju minut glede na leto 2006. V nadaljnjih letih se razkorak med prometom in prihodki še povečuje, kljub temu, da se zmanjšuje tudi količina minut, kot posledica recesije, kar za Si.mobil pomeni še večjo izgubo.

Slika 6: Gibanje gostujočih minut in prihodkov od leta 2004-2009



Vir: Si.mobil-ovi interni podatki.

Tabela 7: Letni odstotkovni prirastek gostujočih minut in prihodka

Leto	Prirastek minut glede na prejšnje leto	Prirastek prihodkov glede na prejšnje leto
2005/04	28%	32%
2006/05	7%	12%
2007/06	24%	-7%
2008/07	11%	-32%
2009/08	-27%	-29%
<b>Povprečje let 2004-2009</b>	<b>17%</b>	<b>1%</b>

Vir: Si.mobil-ovi interni podatki.

Podoben trend se pokaže tudi pri analizi SMS-ov in prenosa podatkov. S koncem leta 2007 naprej se število poslanih kratkih sporočil manjša na podlagi prejšnjega leta, kar pomeni, da je

trend v upadanju. Še bolj izrazito se trend upadanja kaže v prihodkih iz naslova SMS-ov, ko se je prihodek v letu 2009 zmanjšal za 38%, v primerjavi z letom prej. Razlog je tudi v drastičnem padcu cene na 0,04€.

*Tabela 8: Letni odstotkovni prirastek gostujočih SMS-ov in prihodka*

Leto	Prirastek št.SMS-jev glede na prejšnje leto	Prirastek prihodkov glede na prejšnje leto
2005/04	33%	61%
2006/05	15%	70%
2007/06	28%	28%
2008/07	9%	9%
2009/08	0%	-38%
<b>Povprečje let 2004-2009</b>	17%	26%

*Vir: Si.mobil-ovi interni podatki.*

Tabela 10 pa prikazuje gibanje podatkovnega prometa, ki sem ga vključila samo na veleprodajni ravni. Razlog je v tem, da je podatkovni promet zaenkrat reguliran samo na veleprodajni ravni, in sicer z letom 2009 na 1€ za 1MB prenosa podatkov 1KB intervalnega zaračunavanja. Uporaba podatkovnih storitev je trenutno v porastu, kljub temu, pa se vidi da je uporaba teh storitev v tujini v zadnjem letu počasnejša.

*Tabela 9: Letni odstotkovni prirastek gostujočega prenosa podatkov in prihodka*

Leto	Prirastek prenosa podatkov v MB glede na prejšnje leto	Prirastek prihodkov glede na prejšnje leto
2005/04	225%	205%
2006/05	127%	50%
2007/06	117%	137%
2008/07	103%	36%
2009/08	31%	-33%
<b>Povprečje let 2004-2009</b>	121%	79%

*Vir: Si.mobil-ovi interni podatki.*

#### **4.1.2. Pogled iz Si.mobil-ovih uporabnikov v tujini**

Iz pogleda Si.mobilovih uporabnikov, ki gostujejo v tujini, je situacija malo drugačna. Če pogledamo najvažnejše destinacije Si.mobil-ovih uporabnikov, je daleč v ospredju Hrvaška z vodilnimi 39 odstotnim deležem vseh porabljenih minut, pred drugo uvrščeno Italijo z 10 odstotnim deležem. Že kontinentalna razporeditev minut in prihodka je drugačna, kot pa na delu. Čeprav dokaj izenačena pri količini minutne porabe, pa iz prihodkovnega vidika daleč v ospredju vodi preostala Evropa, pred Evropsko unijo. Države, ki prinašajo največ prihodkov in spadajo med preostalo Evropo so države bivše Jugoslavije, predvsem Hrvaška, Srbija in Makedonija.

Tabela 10: Odstotkovni pregled Si.mobil-ovega prometa po celinah

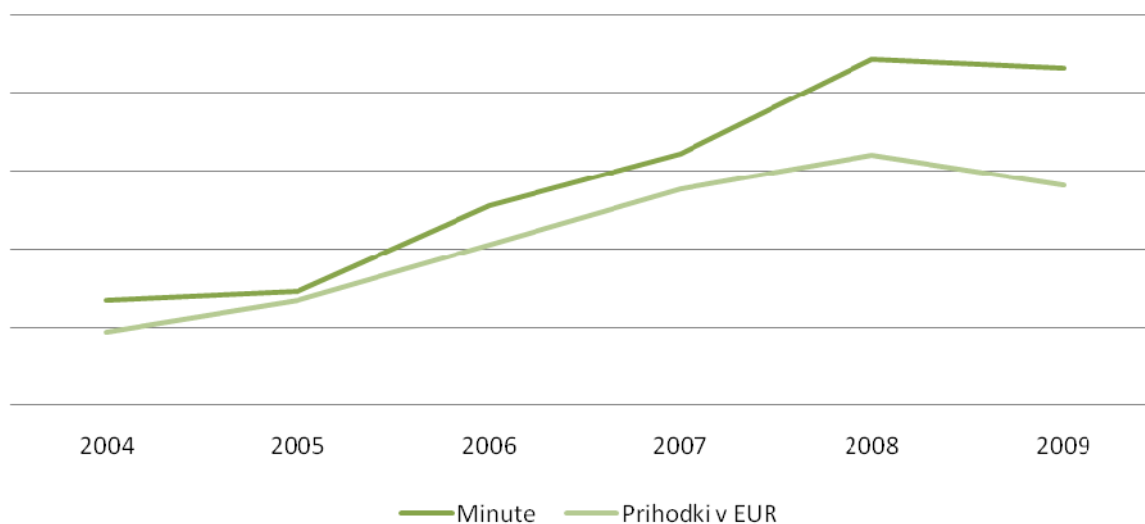
Kontinent	Delež po minutah	Delež po prihodkih
Evropska Unija	47%	38%
Preostala Evropa	49%	56%
Amerika	1%	2%
Afrika	0,4%	2%
Azija	1%	2%
Ocenija	0,05%	0,11%

Vir: Si.mobil-ovi interni podatki.

Kljub temu pa ne smemo zanemariti količinsko porabo v Evropski uniji. Razen Balkanskih držav in Rusije, so preostale najpomembnejše države prav članice Evropske skupnosti, kar pomeni, da je zaradi regulacije cen gostovanja prizadet tudi prihodek iz naslova Si-mobil-ovih uporabnikov v tujini.

Kot lahko vidimo na spodnjem grafu, se razkorak, med porabljenimi minutami v tujih omrežjih in prihodek iz istega naslova večja od konca druge polovice 2007, pa vse do konca 2008, ko začneta obe krivulji konstantno padati. Posledica padanja pomeni padajoči trend minut in s tem posledično tudi prihodkov. Še večjo težo ima ta podatek, ko povemo, da se tako minutna poraba, kot tudi prihodki iz tega naslova, ne merijo več v totalu, ampak na posameznega uporabnika. Glede na to, da se je Si.mobil-ova baza uporabnikov od leta 2004-2009 neprestano večala, to pomeni, da se je uporaba na uporabnika drastično zmanjšala. To ponazarja tabela 11.

Slika 7: Gibanje minut in prihodkov Si.mobil-ovih uporabnikov v tujini skozi leta



Vir: Si.mobil-ovi interni podatki.



*Tabela 11: Letni prirastek uporabnikov in povprečna uporabna minute na enega uporabnika (v %)*

Leto	Prirastek uporabnikov	Prirastek uporabe v tujini na povprečnega uporabnika
2005/04	0,3	12
2006/05	3	4
2007/06	23	70
2008/07	16	17
2009/08	8	-16

*Vir: Si.mobil-ovi interni podatki*

Iz zgornje tabele je razvidna nenehna rast Si.mobil-ovih uporabnikov. V šestih letih je povprečna rast Si.mobil-ovih uporabnikov 10%. V tretjem stolpcu tabele pa je prikazano odstotkovno gibanje povprečne minutaže enega uporabnika na predhodnje leto. Največji porast je v letu 2007 glede na leto 2006, kjer se baza uporabnikov poveča za 23%, medtem ko se povprečna poraba uporabnika v tujini poveča kar za 70%. Žal v prihodnjih letih poraba zopet pada in je v letu 2009 celo negativna. Ta ugotovitev ima velik pomen, saj je ravno nasprotje tega, kar je zagotavljala evropska komisija pred uvedbo regulacije; namreč, da bo znižana cena za gostovanje povečala uporabo mobilnih storitev v tujini v takšnem obsegu, da operaterji ne bodo občutili izgube prihodkov iz tega naslova.

Podrobnejša analiza povprečne porabe minut in prihodkov na uporabnika je pokazala podobne rezultate. Pri tem sem v analizo vključila aktivne in pasivne minute ter minute v totalu, ki sem jih nato primerjala z gibanjem prihodkov iz porabe minut, prav tako razdeljene na aktivne, pasivne in totalne. Bistvo analize je, da se poraba v tujini ne veča iz leta v leto, kot je bilo napovedano s strani Evropske komisije, ampak da v letu 2009 uporaba mobilnika v tujino celo pada. S tem je Si.mobil oškodovan dvakrat. Ne samo s ceno, ampak tudi z zmanjšano porabo.

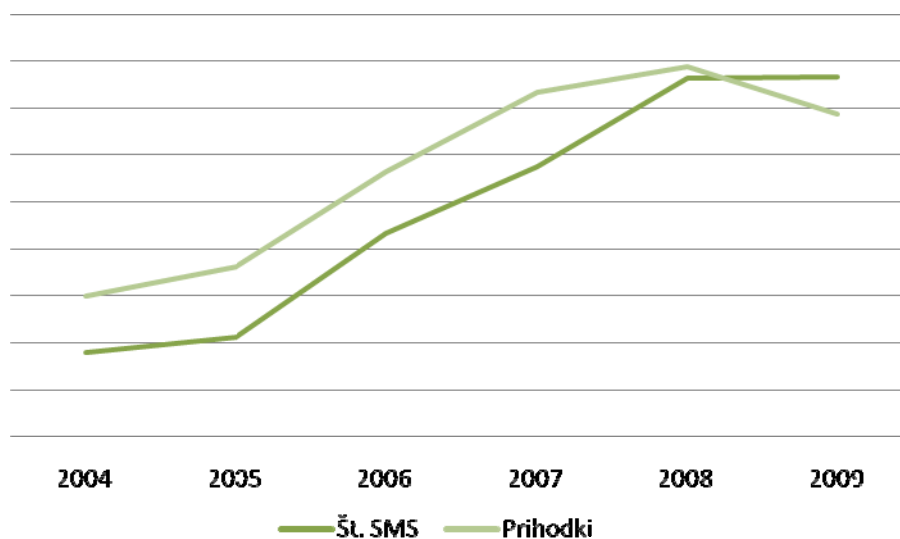
*Tabela 12: Gibanje povprečne porabe minut in prihodka na uporabnika (v %)*

Leto	Poraba minut na povprečnega uporabnika	Poraba aktivnih minut na povprečnega uporabnika	Poraba pasivnih minut na povprečnega uporabnika	Prihodki minut povprečnega uporabnika	Prihodki aktivnih minut povprečnega uporabnika	Prihodki pasivnih minut povprečnega uporabnika
2005/04	12	10	13	76	59	134
2006/05	4	2	6	-7	-6	-9
2007/06	70	70	71	56	44	86
2008/07	17	16	19	3	8	-5
2009/08	-16	-19	-13	-11	-13	-8

*Vir: Si.mobil-ovi interni podatki*

Podobne zaključke lahko zasledimo tudi pri uporabi SMS-ov v tujini. Gibanje le-teh ponazarja graf 3. Trend je podoben kot pri minutah, le da je prelomna točka kasnejša. S tem se pokaže še manjša elastičnost cene SMS-a, saj se trend pošiljanja SMS-ov v tujini ni spremenil, kljub zmanjšani ceni govornih storitev. Uporaba je v letu 2009 v upadanju, kljub padcu cene SMS-a.

Slika 8: Gibanje uporabe SMS-ov in prihodkov iz tega naslova skozi leta



Vir: Si.mobil-ovi interni podatki.

#### 4.1.3. Potencialni izgubljeni prihodek

Kaj zgoraj spisano pravzaprav pomeni, bom poskusila prikazati z izgubljenim potencialnim prihodkom. To je prihodek dejanskega prometa, vendar pomnožen s cenami pred uvedbo regulacije.

Prihodek sem razdelila po storitvah in na podlagi uporabnikov. Pri tujih uporabnikih v Si.mobil-ovem omrežju sem najprej dejanske minute in prihodek iz minut delila, da sem izračunala povprečne letne cene za Evropsko unijo. V naslednjem koraku sem pomnožila povprečno veleprodajno ceno (IOT) treh let pred uvedbo evropske regulacije, torej od leta 2004 pa vključno z letom 2006, z dejanskimi minutami leta 2007, 2008 in 2009. Rezultat je potencialen prihodek iz naslova porabljenih minut tujcev pri gostovanju v Si.mobil-ovem omrežju. Postopek sem ponovila še za storitev SMS in podatkovni promet, vendar v tem primeru samo za leto 2009 (dodatek k evropski regulaciji).

Pri podatkih za Si.mobil-ove uporabnike v tujini sem pristopala na podoben način, le da sem minute razdelila na aktivne in pasivne, saj so slednje uporabnikom na maloprodajnem nivoju zaračunane. Izračunala sem povprečni ceni treh let pred uvedbo evropske regulacije za aktivne in pasivne klice ter jih pomnožila z letnimi minutažami. Postopek sem ponovila še za storitev SMS, ampak samo za leto 2009.

Izračunane potencialne prihodke sem nato primerjala z dejanskimi prihodki in rezultati so razvidni iz spodnje tabele (tabela 15). Največja izguba prihodkov se odstotkovno kaže na veleprodajni ravni za tuje gostujoče uporabnike v Si.mobil-ovem omrežju. Tako je dejanski prihodek glede na potencialnega manjši za 28% v letu 2007, za 65% v letu 2008 in za 68% v letu 2009. Še večji odstotek je pri SMS storitvah, kjer se je dejanski prihodek zmanjšal v letu 2009 kar za 51%. Največji odstotek pa je pri prenosu podatkov, kjer so dejanski prihodki manjši za kar 72% v primerjavi s prihodkom, če regulacije za to storitev ne bi bilo. Občuten padec v prihodkih

je viden tudi na maloprodajni strani, torej Si.mobil-ovih uporabnikih, ki so gostovali pri tujih operaterjih, kljub temu, da je baza uporabnikov neprenehoma rasla v zadnjih 3 letih (poglavje 4.1.2. Pogled iz Si.mobilovih uporabnikov v tujini). Največja izguba je pri pasivnih minutah iz leta 2009 z 48% padcem. Prihodki aktivnih klicev ali odhodnih klicev so se zmanjšali najprej za 5%, nato za 31% in v letu 2009 celo za 41%. Če temu dodamo še 24% izgubo prihodka iz naslova SMS-ov, lahko rečemo, da se je v treh letih v povprečju prihodek iz naslova gostovanja (maloprodaje in veleprodaje skupaj) znižal za 47%. Po letih je to 21% znižanje v letu 2007, 53% v letu 2008 in 59% v letu 2009. Največjo odstotkovno spremembo zaznamo pri podatkovnem prometu za tujce v Si.mobil-ovem omrežju, vendar pred njim prednjačijo klici, ki so po količini bistveno pomembnejši od podatkovnega prometa. Tako je podatek, da je izguba več kot polovica prihodkov iz naslova tujih uporabnikov, sam sebi dovolj zgovoren podatek.

*Tabela 13: Izguba potencialnega prihodka*

	Klici			SMS		Podatkovni promet	Total
	Customer aktivni	Customer pasivni	Visitor aktivni	Customer	Visitor	Visitor	
2007	-5%	-4%	-28%				-21%
2008	-31%	-31%	-65%				-53%
2009	-41%	-48%	-68%	-24%	-51%	-72%	-59%
<b>Total</b>	<b>-28%</b>	<b>-32%</b>	<b>-54%</b>	<b>-24%</b>	<b>-51%</b>	<b>-72%</b>	<b>-47%</b>

*Vir: Si.mobil-ovi interni podatki.*

## Sklep

GSMA kot organizacija, ki ščiti tudi interese mobilnih operaterjev, je na predlog Uredbe evropske regulacije odregirala z dokumentom, ki obsega 74 strani argumentov, ki govorijo proti uvedbi regulaciji cen gostovanja. Dokument je bil izdan 12. maja 2006 in se imenuje »GSM Association's response to the second phase public consultation on a 'Proposal for a Regulation (EC) of the European Parliament and of the Council on mobile roaming services in the Single Market«. Kljub dolgemu naslovu in obsežnemu vsebinskemu protiargumentiranju evropski regulativi ter študijam evropskega trga, je nekaj točk, ki so pomembne tudi iz vidika Si.mobila.

Med prvimi je opozorilo vpliva regulacije na padec prihodkov in posledično na EBITDA. Povzetek zgornjih števil na podlagi Si.mobil-ovih prihodkov iz naslova gostovanja prikazuje nedvomno upadanje prihodkov. Žal zaradi zaupnosti podatkov ne smem prikazati razmerja prihodka iz naslova gostovanja in celotnega Si.mobil-ovega prihodka. Lahko pa rečem, da bi podatek še potrdil pomembnost zgoraj ugotovljenih upadanj. Že podatek, da je Si.mobil v treh letih izgubil 54% potencialnega prihodka iz naslova govornih storitev tujcev, ki gostujejo v njihovem omrežju, izguba 51% iz naslova kratkih tekstovnih sporočil in kar 72% iz podatkovnega prometa, pove dovolj. Če vsem tem izgubam dodamo še vidik Si.mobil-ovih uporabnikov v tujini, to pomeni, da Si.mobil-ov prihodek ne bi upadel skoraj za polovico, če se cene ne bi spremenile. Najzastrašujoče iz vidika podjetja pa je, da je trend v upadanju, kar lepo kažejo skupni podatki po letih (tabela Izguba potencialnega prihodka). Vprašanje, ki pa ostaja, je, kako dolgo in na katero raven se bo ta trend upadanja prihodkov še spustil.

Manjši prihodki pa drastično vplivajo tudi na trenutne in bodoče investicije podjetij. Glede na Si.mobil-ove rezultate zadnjih nekaj let, je prišlo do prestrukturiranja investicij, kakšne točno, pa je zaupne narave. GSMA opozarja predvsem na negativne vplive teh investicij in jih podkrepljuje s primerom iz avstrijskega trga, kjer vzdrževanje in širjenje storitev odročnih goratih lokacij finančno naj ne bi bilo več doprinosno, saj ne bi več pokrivalo stroškov. Te lokacije, ki so turistično zelo pomembne, so torej v nevarnosti izgube pokritja storitve, ko bo nastopila regulacija cen v gostovanju. Na primeru Si.mobil-a pa bi lahko opozorili na pomanjkanje sredstev pridobivanje novih uporabnikov, sploh glede na trenutne razmere na slovenskem trgu. To bi pomenilo tudi manjša konkurenčnost podjetja na trgu in posledično slabša ponudba mobilnih storitev za slovenskega uporabnika.

Vpliv evropske regulacije pa se na koncu izraža tudi na gospodarstvo Evropske skupnosti. GSMA je mnenja, da je velika nevarnost, da zaradi zmanjšanja stroškov raziskovanja in razvoja EU izgubi vodilno vlogo v mobilni tehnologiji. Evropski mobilni operaterji bodo z regulativo omejeni in v slabšem konkurenčnem položaju v primerjavi z operaterji izven EU. Prav tako bodo EU operaterji izgubili pomembno pogajalsko moč pri sklepanju diskontnih pogodb na veleprodajnem nivoju. Kot dodatek, pa bi naj bila s to uredbo EU v »prekršku« z obveznostmi in dolžnostmi v skladu s svetovno trgovinsko organizacijo, saj krši načelo nediskriminacije operaterjev na območju skupnosti in izven nje.

Argumentacije za in proti bi lahko naštevala še v nedogled, dejstvo pa je, da iz zgoraj navedenih podatkov iz Si.mobil-a ni razvidna elastičnost storitev gostovanja. Trdim lahko celo, da elastičnosti sploh ni. Glede na to, da so glavni uporabniki gostujočih operaterjev v Si.mobil-u prav članice EU, lahko iz zgornjih podatkov predvidevam, da to načelo elastičnosti drži tudi za večino evropskih operaterjev, za katere velja, da je največ gostujočih uporabnikov iz držav EU. V navajanju povečanja uporabe mobilnih storitev v tujini v primeru padca cen, se je evropska komisija zmotila. K temu je nedvomno pripomoglo tudi upadanje svetovne gospodarske rasti, ki pa lahko po drugi strani teorijo o neelastičnosti samo še podkrepi.

Moje mnenje je, da je evropska komisija po vsej verjetnosti evropske operaterje bolj oškodovala, kot pa pripomogla k večji uporabi mobilnika v tujini in s tem na nek način zavrla hitrejši napredek substitucijskih storitev. Sicer je v mojem primeru nemogoče napovedati bodoči razvoj, še bolj pa časovni okvir razvoja storitve v primeru uporabe mobilnika v tujini, bi si pa drznila reči, da pa bo uporaba le-teh storitev v bodoče izgledala bistveno drugače, sploh iz vidika osnovnih povezav.

## Literatura in viri

1. 2006 Eurobarometer survey press release. Najdeno 23. oktobra 2009 na spletnem naslovu <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/06/1515&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>
2. Amandma Uredbe (ES) 717/2007 Evropskega parlamenta in sveta o gostovanju v javnih mobilnih telefonskih omrežjih znotraj Skupnosti in spremembah Direktive 2002/21/ES (2007)
3. Agencija za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije. Najdeno 27. marca 2010 na spletnem naslovu <http://www.apek.si/sl/organizacija>
4. Agencija za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije. Telekomunikacije. Najdeno 27. marca 2010 na spletnem naslovu [http://www.apek.si/sl/podrocja\\_regulacije\\_telekomunikacije](http://www.apek.si/sl/podrocja_regulacije_telekomunikacije)
5. Agencija za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije . Poslanstvo. Najdeno 27. marca 2010 na spletnem naslovu <http://www.apek.si/sl/poslanstvo>
6. Agencija za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije. Statut. Najdeno 27. marca 2010 na spletnem naslovu <http://www.apek.si/sl/statut>
7. EUR lex (2006) Predlog Uredbe (ES) 717/2007 Evropskega parlamenta in sveta o gostovanju v javnih mobilnih omrežjih znotraj Skupnosti in o spremembi Direktive 2002/21/ES o skupnem regulativnem okviru za elektronska komunikacijska omrežja in storitve. Najdeno 22. Aprila 2009 na spletnem naslovu <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32007R0717:EN:NOT>
8. Evropska Komisija. Najdeno 22. oktobra 2009 na spletnem naslovu [http://ec.europa.eu/commission\\_barroso/index\\_sl.htm](http://ec.europa.eu/commission_barroso/index_sl.htm)
9. GSM Association (2008, april). Charging and Accounting Principles, Version 33.0. Najdeno 22. aprila 2009 na spletnem naslovu [https://infocentre.gsm.org/cgi-bin/gen\\_search.cgi?searchspace=PRD&searchstring=ba+27&x=0&y=0&sortby=date](https://infocentre.gsm.org/cgi-bin/gen_search.cgi?searchspace=PRD&searchstring=ba+27&x=0&y=0&sortby=date)
10. GSM Association (2008, april). IOT Handbook 2.0.0. Najdeno 22. aprila 2009 na spletnem naslovu [https://infocentre.gsm.org/cgi-bin/gen\\_search.cgi?searchspace=PRD&searchstring=ba%2041&sortby=date&fulltext=](https://infocentre.gsm.org/cgi-bin/gen_search.cgi?searchspace=PRD&searchstring=ba%2041&sortby=date&fulltext=)
11. GSM Association (2008, marec). Roaming Handbook 5.0. Najdeno 21. marca 2009 na spletnem naslovu [https://infocentre.gsm.org/cgi-bin/gen\\_search.cgi?searchspace=nonPRD&searchstring=roaming%20handbook&sortby=date&fulltext=](https://infocentre.gsm.org/cgi-bin/gen_search.cgi?searchspace=nonPRD&searchstring=roaming%20handbook&sortby=date&fulltext=)
12. GSM Association's response to the second phase public consultation on a 'Proposal for a Regulation (EC) of the European Parliament and of the Council on mobile roaming
13. GSM World. Najdeno 22. aprila 2009 na spletnem naslovu <http://www.gsmworld.com/about-us/index.htm>
14. Jaklič, M. (2005). Poslovno okolje podjetja, učbenik. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
15. Panorama Evropske unije. Najdeno 22. oktobra 2009 na spletnem naslovu [http://europa.eu/abc/panorama/howorganised/index\\_sl.htm](http://europa.eu/abc/panorama/howorganised/index_sl.htm)
16. Services in the Single Market. Najdeno 22. aprila 2009 na spletnem naslovu [https://infocentre.gsm.org/cgi-bin/gen\\_search.cgi?searchspace=PRD&searchstring=ba+27&x=0&y=0&sortby=date](https://infocentre.gsm.org/cgi-bin/gen_search.cgi?searchspace=PRD&searchstring=ba+27&x=0&y=0&sortby=date)
17. Si.mobil bin. Najdeno 27. marca 2010 na spletnem naslovu <http://www.simobil.si/bin?bin.svc=obj&bin.id=78E5400D-EA2C-4069-A4E8-6AA7ADFFDBB4>
18. Si.mobil d.d. (2010). Interne podatkovne baze. Ljubljana: Si.mobil d.d.

19. Si.mobil predstavitev podjetja. Najdeno 27. marca 2010 na spletnem naslovu <http://www.simobil.si/sl/inside.cp2?cid=01E4F0E0-3C8F-510F-4FF9-E049373F628B&linkid=content>
20. Si.mobil Rezultati poslovanja v letu 2009. Najdeno 27. marca 2010 na spletnem naslovu <http://www.simobil.si/sl/inside.cp2?uid=1130F720-2D77-A08A-D7E8-858CFE7F1E8C&linkid=contentNews&cid=E924064C-FCC6-1248-38B4-3F064BD396A4>
21. Telekom Austria group. Results for the Full Year 2009. Najdeno 27. marca 2010 na spletnem naslovu <http://www.telekomaustria.com/dateien/results-q4-2009.pdf>
22. Uredba (ES) 717/2007 Evropskega parlamenta in sveta o gostovanju v javnih mobilnih telefonskih omrežjih znotraj Skupnosti in spremembah Direktive 2002/21/ES (2007). Uradni list Evropske unije (št. L 171/32, Ljubljana, 29. junij 2007)
23. Uredba o izvajanju Uredbe (ES) št. 717/2007 o gostovanju v javnih mobilnih telefonskih omrežjih znotraj Skupnosti in spremembah Direktive 2002/21/ES. Uradni list Republike Slovenije (Št. 00713-1/2008/4 Ljubljana, 31. januar 2008). Najdeno na 29. februarja 2010 na spletnem naslovu <http://www.uradni-list.si/1/content?id=84979>
24. Uredba o spremembah in dopolnitvah Uredbe o izvajanju Uredbe (ES) št. 717/2007 o gostovanju v javnih mobilnih telefonskih omrežjih znotraj Skupnosti in spremembah Direktive 2002/21/ES. Uradni list Republike Slovenije (Št. 00723-1/2010/4 Ljubljana, 21. januar 2010). Najdeno na 29. februarja 2010 na spletnem naslovu <http://www.uradni-list.si/1/content?id=96009>

## Priloge

### Slovar in seznam kratic

**CEO**- angleška kratica za "Chief executive officer" in pomeni predsednik uprave

**DCH**- je angleška kratica za "Data Clearing House" in pomeni klirinška hiša

**EBITDA**-dobiček iz poslovanja pred amortizacijo

**GPRS**- angleška kratica za "General Packet Radio Service" in pomeni splošna paketna radijska storitev

**GSM**-angleška kratica za "Global System Mobile" in pomeni globalni sistem mobilne telefonije

**GSM Association**- globalno združenje operaterjev

**HPMN**- angleška kratica za "Home Public Mobile Network" in pomeni domače javno mobilno omrežje

**HUB**- (dostopovni) vozil je fizična naprava, povezana z drugimi napravami, ki obnavlja signal in učasovanje za prenos skozi omrežje

**IOT**-angleška kratica za "Inter operator tariff" in medoperaterska cena ali veleprodajna cena

**IREG**- angleška kratica za "International Roaming Expert Group" in se nanaša telekomunikacijske tehničnega specialista

**Inter-working**- angleški izraz za funkcijo vzajemnega delovanja

**MMS** - angleška kratica za "multimedia messaging service" in pomeni storitev večpredstavnostnih sporočil

**Visitor roamer**- Naročnik/stranka/uporabnik mobilnega tujega operaterja

**Customer roamer**- Naročnik/stranka/uporabnik domačega mobilnega operaterja

**RAP**- angleška kratica za "Reject Account Procedure" in pomeni proces zavrženih računov

**Steering**- je angleška beseda za usmerjanje in se v našem primeru nanaša na usmerjanje roaming prometa

**TADIG**- angleška kratica za "Transferred Account Data Interchange Group" in se nanašana delo specialistev za prenesene medoperaterske podatke

**TAP**- je angleška kratica za "Transferred Account Procedure" in pomeni postopek prenešenega obračuna

**Testna SIM kartica**- je testen modul za identifikacijo naročnika z razširljivim overilnim protokolom

**SMS**- je angleška kratica za "Short Message Service" in pomeni kratko tekstovno sporočilo

**VoIP**- angleška kratica za "voice over IP" in pomeni govor prek IP oziroma IP-telefonije

**VPMN**-angleška kratica za "Visited Public Mobile Network" in pomeni obiskano javno mobilno omrežje

**3GSM ali UMTS**- sta angleški kratici za "Universal Mobile Telephone System" kar je ena ključnih tehnologij in sestavni del tretje generacije (3G) mobilnih sistemov GSM