

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

DIPLOMSKO DELO

**LIBERALIZACIJA TRGA MOBILNIH TELEKOMUNIKACIJ V
SLOVENIJI – PRIMER VEGA**

Ljubljana, marec 2007

TOMO SENEKOVIČ

IZJAVA

Študent **TOMO SENEKOVIČ** izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom **mag. PETRA TRKMANA** in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 29.3.2007

Podpis: _____

KAZALO

1. UVOD.....	1
2. OPREDELITEV TRGA MOBILNIH TELEKOMUNIKACIJ.....	2
3. LIBERALIZACIJA TRGA TELEKOMUNIKACIJ.....	4
4. TRG MOBILNIH TELEKOMUNIKACIJ V SLOVENIJI	7
4.1. NASTANEK IN RAZVOJ TRGA MOBILNIH TELEKOMUNIKACIJ	8
4.2. PRVA GENERACIJA MOBILNIH TELEKOMUNIKACIJ - NMT.....	9
4.3. DRUGA GENERACIJA MOBILNIH TELEKOMUNIKACIJ - GSM.....	10
4.4. TRETJA GENERACIJA MOBILNIH TELEKOMUNIKACIJ - UMTS	12
5. LIBERALIZACIJA TELEKOMUNIKACIJ V SLOVENIJI.....	13
5.1. PRAVNA UREDITEV TRGA MOBILNIH TELEKOMUNIKACIJ	13
5.1.1. <i>Zakon o telekomunikacijah - ZTel</i>	13
5.1.2. <i>Novi zakon o telekomunikacijah – ZTel-1</i>	14
5.1.3. <i>Zakon o elektronskih komunikacijah - ZEKom</i>	15
5.1.4. <i>Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence – ZPOmK</i>	18
5.2. ZAČETEK OBDOBJA LIBERALIZACIJE.....	19
5.3. NADALJEVANJE LIBERALIZACIJE	20
5.3.1. <i>Vega proti Mobitelu in Simobilu</i>	21
5.3.2. <i>Vega proti državi</i>	22
5.3.3. <i>Odločba Urada za varstvo konkurence</i>	23
5.3.4. <i>Vega proti državi, Mobitelu in Regulatorju</i>	24
5.3.5. <i>Vega preneha z delovanjem</i>	25
6. ANALIZA TRGA S PRAVNEGA VIDIKA	27
6.1. UPOŠTEVNI TRG.....	27
6.2. PODJETJE S PREVLAJUJOČIM POLOŽAJEM.....	27
6.3. ZLOPABA PREVLAJUJOČEGA POLOŽAJA NA TRGU	28
7. ANALIZA TRGA Z EKONOMSKEGA VIDIKA.....	29
7.1. TRGI Z MREŽNIMI UČINKI.....	30
7.2. HERFINDAHL-HIRSCHMAN-OV INDEKS.....	35
8. TRENUTNO STANJE IN PRIHODNOST.....	37
9. SKLEP	38
LITERATURA.....	39
VIRI.....	40

1. UVOD

Mobilne telekomunikacije so relativno mlada panoga, saj se je njihov razvoj pričel šele v osemdesetih letih dvajsetega stoletja. Postopna liberalizacija trga mobilnih telekomunikacij in standardizacija sistema GSM po celotnem območju Evrope sta v slabih dveh desetletjih omogočili hiter razvoj panoge. K liberalizaciji so veliko pripomogli novi pravni okviri Evropske Unije, ki so bili postavljeni, da bi vzpodbudili razvoj konkurence v panogah, kjer so prej prevladovali državni monopoli.

Prvih nekaj let je na trgu vladal monopol, ki je bil običajno podprt s politiko držav, s tem pa je bilo ostalim ponudnikom delovanje na trgu onemogočeno. Novi pravni okviri so omogočili vstop alternativnim ponudnikom, kar je privedlo do ostrega konkurenčnega boja, boljše ponudbe in nižanja cen storitev mobilnih telekomunikacij. Potrebna je bila hkrati deregulacija in regulacija trga, saj je deregulacija omogočala vstop novim ponudnikom, regulacija pa je na drugi strani omejevala moč tradicionalnih ponudnikov storitev mobilnih telekomunikacij, ki so skušali ohraniti visok tržni delež.

Cilj liberalizacije trga mobilnih telekomunikacij je tako še vedno sprostitev na področju nujenja storitev mobilnih telekomunikacij, z zagotovitvijo učinkovitega konkurenčnega okolja ter s tem večja dostopnost in kakovost za končnega uporabnika.

V diplomski nalogi sem prikazal potek liberalizacije trga mobilnih telekomunikacij v Sloveniji. Od prihoda prve generacije, ki nam je v Sloveniji prvič omogočila klicanje prek mobilnega omrežja, preko pestrega dogajanja v obdobju druge generacije, kjer se je prvič pojavila močna konkurenca, ki je omogočila visoko stopnjo penetracije, do razvoja tretje generacije mobilnih telekomunikacij, ki se trenutno razvija tako v Sloveniji kot drugod po Evropi.

Podrobno bom analiziral predvsem konkurenčne razmere na slovenskem trgu mobilnih telekomunikacij, saj je učinkovita konkurenca glavni pogoj za liberaliziran trg. V preteklih nekaj letih se je namreč veliko pisalo in govorilo o liberalizaciji telekomunikacijskega trga v Sloveniji. V nadaljevanju dela sem zato skušal odgovoriti na vprašanje, ali je trg mobilnih telekomunikacij v Sloveniji liberaliziran in ali na njem še vedno vlada monopol državnega operaterja, ki alternativnim ponudnikom onemogoča uspešno poslovanje.

Diplomsko delo je razdeljeno na osem poglavij. V drugem poglavju sem podrobneje opredelil trg mobilnih telekomunikacij s pomočjo kriterijev za določanje relevantnih trgov, ki jih v Sloveniji, po navodilih Evropske komisije, določata Agencija za pošto in elektronske komunikacije ter Urad za varstvo konkurence. V tretjem poglavju sem obrazložil pojem liberalizacije trga mobilnih telekomunikacij ter pojme, kot so konkurenca, regulacija,

deregulacija in privatizacija, ki so tesno povezani s procesom liberalizacije vseh javno storitvenih dejavnosti.

Četrto poglavje predstavlja razvoj trga mobilnih telekomunikacij v Sloveniji skozi tri različne generacije, hkrati pa pokaže tudi rast mobilnih telekomunikacij v Sloveniji v obdobju od ustanovitve prvega mobilnega omrežja do danes. V petem poglavju sem se osredotočil na podrobnejši pregled obdobja, v katerem v Sloveniji lahko izbiramo med različnimi ponudniki mobilnih telekomunikacij, ter ga zaradi te značilnosti tudi označil za obdobje liberalizacije. Hkrati sem predstavil tudi pravno ureditev trga mobilnih telekomunikacij, saj je le-ta ključnega pomena pri analiziranju konkurenčnih razmer na trgu.

V šestem in sedmem poglavju sem s pomočjo teorije trgov z mrežnimi učinki in pravnimi določili, ki veljajo na trgu mobilnih telekomunikacij, pokazal, da je le-ta v Sloveniji dobro razvit in na njem vlada učinkovita konkurenca. Osmo poglavje je kratek pregled trenutnega stanja in možnega prihodnjega razvoja trga mobilnih telekomunikacij v Sloveniji, ki prinaša nove konkurente in z njimi nove storitve.

2. OPREDELITEV TRGA MOBILNIH TELEKOMUNIKACIJ

Trg mobilnih telekomunikacij se je v EU predvsem v zadnjih desetih letih pričel razvijati kot samostojen podtrg, v okviru večjega in bolj kompleksnega telekomunikacijskega trga. Ker se večina značilnosti trga telekomunikacij nanaša tudi na mobilne telekomunikacije, sem le-te v nadaljevanju obravnaval kot del splošnega trga telekomunikacij.

V preteklosti je bil trg telekomunikacij dostopen le državnim operaterjem, ponudnikom, ki so preko državne politike izkoriščali svojo monopolno moč. Ostalim je bil vstop na trg onemogočen. Šele v zadnjih dveh desetletjih prejšnjega stoletja so države EU sklenile vzpostaviti konkurenco na področju telekomunikacij in tako telekomunikacijske storitve približati končnemu uporabniku. S tem se je pričela deregulacija telekomunikacij, ki je v omenjeni panogi omogočila vstop alternativnim ponudnikom. Hkrati je bila potrebna tudi regulacija, predvsem v smislu omejevanja moči tradicionalnih operaterjev. Na trg so začele prihajati nove tehnologije, pojavljati so se pričela nova omrežja in z njimi povezane nove storitve. Eno takih novih omrežij je bilo tudi omrežje mobilnih telekomunikacij.

V vseh državah EU je prioriteta čimprejšnja liberalizacija trga, za kar pa je potrebna uvedba konkurence. V letu 1998 je Evropska komisija sprejela regulacijski okvir, ki je v ospredje postavil izboljševanje konkurence ob upoštevanju vse bolj kompleksnega okolja telekomunikacij. Vseboval je več kot 20 direktiv, ki so urejale liberalizacijo. Leta 2002 je bil regulacijski okvir na novo zasnovan in poenostavljen, tako sedaj vsebuje 5 direktiv. Zaradi nenehnega zbliževanja telekomunikacij z medijsko informacijskimi tehnologijami se namesto

o telekomunikacijah sedaj govori o elektronskih komunikacijah. Ker se v vseh ostalih institucijah, vključno s Svetovno trgovinsko organizacijo (WTO), še vedno uporablja izraz telekomunikacije, sem ta izraz, razen v kontekstu z novim regulacijskim okvirom, uporabljal tudi v nadaljevanju diplomskega dela. Poleg zmanjšanja števila direktiv je nov regulacijski okvir usmerjen predvsem k zmanjševanju panožne zakonodaje, ki prevzema vedno več konceptov konkurenčnega prava. To zahteva večje sodelovanje konkurenčnega prava in panožne zakonodaje, pri nas sta to Urad za varstvo konkurence (v nadaljevanju Urad) in Agencija za pošto in elektronske komunikacije oz. APEK (v nadaljevanju Agencija). Po navodilih Evropske komisije je naloga Agencije določiti upoštevne trge in na teh trgih določiti podjetja s pomembno tržno močjo. Namen tega postopka je vplivnim podjetjem preprečiti zlorabo njihove tržne moči in izkrivljanja konkurence na posameznem upoštevnom trgu. Ključne determinante pri opredelitvi upoštevnega trga so (Kump, Bešter, 2004, str 25):

- ❖ zamenljivost ponudbe in povpraševanja,
- ❖ konkurenca,
- ❖ vstopne ovire, značilne za obravnavani trg.

Po kriterijih, ki jih je navedla Evropska komisija, bi lahko v Sloveniji v sektorju mobilnih telekomunikacij našli naslednje upoštevne trge.

Pri prodaji na drobno:

- ❖ trg storitev mobilne govorne telefonije,
- ❖ trg mobilnega dostopa do interneta.

Pri prodaji na debelo (Splošni akt o določitvi upoštevni trgov, 2004):

- ❖ nacionalni trg za mednarodno gostovanje v javnih mobilnih telefonskih omrežjih,
- ❖ trgi zaključevanja klicev v posamičnih javnih mobilnih telefonskih omrežjih,
- ❖ dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij.

Upoštevni trg mobilne govorne telefonije ni v klasifikaciji Agencije, ga pa v svojih izjavah za javnost večkrat omenja Urad za varstvo konkurence, zato sem ga tudi sam uvrstil na seznam upoštevni trgov mobilnih telekomunikacij. Vsebuje analogna in digitalna omrežja. Za lažjo predstavbo, v Sloveniji po tej definiciji spadata v omenjeni upoštevni trg oba trenutno obstoječa sistema, GSM in UMTS. Telefonija UMTS zaenkrat ne predstavlja ločenega upoštevnega trga, ni pa nujno, da bo tako ostalo v prihodnje. Sem spadajo torej vse storitve mobilnih telekomunikacij, vključno s sporočili SMS.

Ločeno od upoštevnega trga mobilne govorne telefonije pa lahko obravnavamo storitve prenosa podatkov in s tem vse bolj uveljavljenega mobilnega dostopa do interneta. Ima

namreč vse tri potrebne determinante za ločen upoštevni trg. Mobilni dostop do interneta je večji zagon dobil šele z uvedbo omrežja UMTS. Mogoč je bil sicer že v sistemu GSM, vendar zaradi nizkih prenosnih hitrosti storitev ni zaživela. Z izgradnjo omrežja tretje generacije problema prenizkih hitrosti pri prenosu podatkov ni več. V prvi fazi to omrežje omogoča prenos podatkov s hitrostjo do 384 Kb/s, na obstoječem omrežju pa je možna nadgradnja, ki bi omogočala prenose tudi do 2 Mb/s, kar pa je že primerljivo s hitrostjo prenosa podatkov pri širokopasovnem fiksnem dostopu do interneta. Tudi mobilni dostop do interneta je namenjen končnemu uporabniku, poteka pa po drugih protokolih, obračunava se drugače, zato ga ne moremo enačiti z mobilno govorno telefonijo, niti z internetom po fiksnih linijah. Dva operaterja v Sloveniji že omogočata mobilni dostop do interneta, Mobitel prek svojega omrežja UMTS in Simobil prek EDGE sistema.

Nacionalni trg za mednarodno gostovanje v javnih mobilnih telefonskih omrežjih omogoča vsem tujim operaterjem, da svojim naročnikom omogočijo uporabo storitev mobilnih telekomunikacij tudi v Sloveniji. V interesu vsakega operaterja je, da ima čim večje število takih sporazumov, saj s tem svojim naročnikom omogoča uporabo storitev mobilnih telekomunikacij po vsem svetu. Na tem trgu sta v Sloveniji trenutno aktivna dva operaterja, Mobitel in Simobil, tretji¹ pa se je s 1. 6. 2006 umaknil s slovenskega trga.

Na trgu prodaje na debelo so prisotni tudi trgi zaključevanja klicev (angl. call termination) v posamičnih javnih mobilnih telefonskih omrežjih. Vsak operater ima na tem trgu monopolni položaj, saj zamenljivost ponudbe in povpraševanja zaključevanja klicev v posameznem mobilnem omrežju ni možna.

Sektorski regulatorji so v vseh državah EU zadolženi za opredelitev upoštevni trgov. Glede postopka določanja le-teh so s strani Evropske komisije prejeli natančna navodila, določena v skladu s pravili evropskega konkurenčnega prava. Pri nas je Agencija za pošto in elektronske komunikacije v Uradnem listu št. 77/04 klasificirala le zadnje tri od petih, ki sem jih navedel. Pomembno pa se mi zdi omeniti tudi trg storitev mobilne govorne telefonije, ki ga pri komuniciranju z mediji večkrat omenja Urad za varstvo konkurence, ter trg mobilnega dostopa do interneta, ki se je v zadnjem letu pričel kazati kot možen naslednji upoštevni trg. Podobna delitev trgov v mobilnih telekomunikacijah je določena tudi v ostalih državah EU, manjša odstopanja sicer obstajajo, saj ima vsaka država svojega sektorskega regulatorja, ki je zadolžen za sprotno definiranje novih nastajajočih trgov, ki v hitro razvijajočem se sektorju mobilnih telekomunikacij niso redki.

3. LIBERALIZACIJA TRGA TELEKOMUNIKACIJ

¹ Vega je bila do 31. 5. 2006 tretji operater v Sloveniji, ki je deloval prek svojega omrežja in tudi sklepal svoje mednarodne dogovore o mednarodnem gostovanju.

Ko govorimo o liberalizaciji kateregakoli trga, moramo najprej razčistiti, kaj pojem liberalizacija sploh pomeni. Liberalizacija se omenja, ko govorimo o panogah, v katerih so imele države nekoč monopol, sedaj pa želijo učinkovitost v teh panogah povečati tako, da vstop na trg omogočijo tudi alternativnim ponudnikom, domačim in tujim podjetjem, ki naj bi, pod nadzorom sektorskega regulatorja, ustvarili bolj konkurenčno okolje.

Liberalizacija je definirana kot uvajanje učinkovite konkurence, za katero je potrebna ustanovitev neodvisnega regulatornega organa ter privatizacija državnega podjetja, ki ima na trgu običajno monopolni položaj (Fink, 2003, str. 14). Trije elementi so torej potrebni za liberaliziran trg – konkurenca, regulator in privatizacija.

Kljub prizadevanju držav, da uvedejo stanje učinkovite konkurence, pa omenjeni pojem še vedno ostaja težko izmerljiv, kar povzroča mnoge preglavice regulatornim organom, ki skušajo dokazati, kako učinkovita je konkurenca na njihovem trgu. Za merjenje konkurence tako obstajajo različne metode. Na eni strani so to razni indeksi koncentracije, med katerimi se največkrat uporabljata Herfindahl-Hirschman-ov indeks (HHI), ki prikazuje enakomernost tržnih deležev, in kazalnik koncentracije štirih podjetij (angl. Four Firm Ratio: CR4), ki meri skupni delež štirih največjih podjetij na trgu. Ker omenjena kazalnika kažeta absolutne rezultate, konkurenca pa je zelo relativen pojem, se za prikazovanje učinkovitosti konkurence velikokrat uporabljajo tudi podatki o velikosti trga, številu uporabnikov in penetraciji (Ki Kim, 2005, str. 2). V tem diplomskem delu sem konkurenčne razmere analiziral s pomočjo Herfindahl-Hirschman-ovega indeksa in stopnjo penetracije. Zaradi specifičnosti majhnega slovenskega trga, s komaj dvema milijonoma potencialnih uporabnikov, težko izmerimo konkurenčnost z ostalimi kazalniki. Za več kot štiri podjetja se na tako majhnem trgu namreč težko najde prostor, velikost trga in število uporabnikov pa sta podatka, ki sta odvisna od demografskih značilnosti in sta zaradi tega v Slovenji omejena na relativno majhno vrednost v primerjavi z ostalimi evropskimi državami.

V procesu liberalizacije je poleg pojma regulacija pomembno razumeti tudi pojem deregulacija. Pojma sta si nasprotujoča, pa vendar se istočasno uporabljata, ko govorimo o procesu liberalizacije. Gre za poseben paradoks, ki se je pojavil ob poizkusu sprostitev trga javno storitvenih dejavnosti. Deregulacija trga namreč ne pomeni popolne ukinitve regulatornega nadzora in prepustitve podjetij tržnim zakonitostim. Deregulacija se uporablja le do te mere, da se omogoči vstop novim ponudnikom na trg, hkrati pa je potrebno bivše monopoliste regulirati, da svoj monopolni položaj ne izkoriščajo za zaviranje učinkovite konkurence na trgu. Svetovna trgovinska organizacija je v svojem Splošnem sporazumu o trgovini s storitvami predlagala tudi ustanovitev neodvisnega regulatornega organa, ki bi na vsakem trgu skrbel za uspešno uvajanje konkurence. V telekomunikacijah imajo ti državni regulatorji asimetrični pristop, saj tradicionalne ponudnike, nekoč monopoliste, obravnavajo drugače kot nova podjetja na trgu, kar naj bi vstop na trg omogočilo tudi alternativnim ponudnikom storitev.

Poleg regulacije pa je pri procesu liberalizacije potrebno omeniti tudi pojem privatizacija. Gre za prodajo državnih podjetij zasebnim lastnikom. Država je imela skozi lastništvo teh podjetij nadzor nad dogajanjem na trgih, za katere je domnevala, da so sami po sebi neučinkoviti. Pri tem ponavadi država ni bila najbolj uspešna in rešitev se je pojavila v privatizaciji. Privatizacija pa ni enako učinkovita v vseh panogah. Na trgih, kjer je konkurenca že razvita, je privatizacija ponavadi uspešna, drugače pa je na trgih, kjer so za vstop v panogo značilne višje ovire in med take spadajo tudi telekomunikacijski trgi. Eden izmed ciljev privatizacije je tudi spodbujanje nastanka konkurence, vendar lahko privatizacija ob nepravem času in na nepravi način doseže ravno nasprotno učinke. Ravno ta nevarnost se pojavlja na trgu telekomunikacij, saj bi nekdanja državna monopolna podjetja, ki bi jih po novem prevzeli zasebni lastniki, še bolj stremela k dobičkonosnem poslovanju, to pa bi pomenilo težnjo k še večjem tržnem deležu in narekovanju višjih cen na trgu. Uspešno podjetje v privatni lasti bi torej stremelo k izogibanju pravil, ki jih regulator postavlja ob uvajanju učinkovite konkurence, kar pa bi vlogo regulatorja izničilo. Privatizacija sama po sebi zato ni rešitev pri iskanju odgovorov glede liberalizacije javno storitvenih podjetij. Najprej je potrebna ustanovitev neodvisnega regulatornega organa, nato s pomočjo tega organa uvedba konkurence na trgu in šele, ko so konkurenčne razmere na trgu urejene, država lahko prične s privatizacijo. Privatizacija telekomunikacijskih podjetij pa je zelo redko popolna, saj države pogosto obdržijo delno lastništvo (Walstein, 2001, str. 3). Ko govorimo o trgu telekomunikacij, sta torej liberalizacija in privatizacija močno povezani z uvedbo neodvisnega tržnega regulatorja, naloga katerega je, da pelje proces liberalizacije proti čimbolj konkurenčnim razmeram na trgu in tako omogoči večjo dostopnost storitev, kar se kaže v večji kakovosti, izbiri in nižjih cenah storitev za končne uporabnike (Preiskel, 1995, str. 1).

Pojav mobilnih telekomunikacij v EU časovno sovпада s prvimi poizkusi liberalizacije v telekomunikacijskem sektorju. Prvo omrežje mobilnih telekomunikacij v Evropi se je namreč pojavilo v začetku osemdesetih let dvajsetega stoletja. Razvile so ga nordijske dežele, ki so imele zaradi razgibanega terena nemogoče pogoje za izgradnjo omrežja za fiksno telefonijo, zato so že v sedemdesetih letih razvile sistem NMT (Nordic mobile telephony), ki je leta 1981 zaživel tudi komercialno in je pomenil začetek mobilnih telekomunikacij v Evropi. Liberalizacija telekomunikacijske panoge pa se je pričela le leto kasneje, ko je Evropska komisija odločila, da British Telecom, pri nudenju storitev z dodano vrednostjo prek obstoječega fiksnega telefonskega omrežja v Veliki Britaniji, ne sme več ovirati svojega konkurenta Mercury Communications (Selič, 2005, str. 16). V nasprotju z operaterji fiksne telefonije državni ponudniki mobilnih telekomunikacij niso imeli več desetletij trajajoče monopolne položaje, saj jih je v večini držav EU proces liberalizacije ujel že v prvem desetletju delovanja.

Telekomunikacijski sektor pa ni edini, za katerega je liberalizacija značilna. Istočasno poteka tudi v drugih gospodarskih panogah, ki so del vedno bolj globalno usmerjene družbe. Že v

sedemdesetih letih prejšnjega stoletja se je med ekonomisti zakoreninilo mnenje, da je regulacija neprimerna in škodljiva za doseganje večje učinkovitosti (Selič, 2005, str. 11). To se je pokazalo v primeru uspešne deregulacije letalskih prevoznikov in cestnega tovornega prometa, kasneje pa tudi javno storitvenih podjetij, kot so oskrba s plinom ter električno energijo, železniški promet, komunalne storitve in nenazadnje tudi telekomunikacije. Za opravljanje teh dejavnosti je potrebno infrastrukturno omrežje, ki predstavlja glavno vstopno oviro za potencialne konkurente. Vstopne ovire so lahko pravne in tehnične narave in so vzrok za nastanek monopola v določeni panogi (Tajnikar, 1996, str. 208).

Načela, po katerih naj bi liberalizacija po svetu potekala, določa Svetovna trgovinska organizacija (World Trade Organization – WTO). Na področju storitev so članice WTO sprejele poseben sporazum, ki ureja vprašanje liberalizacije, to je Splošni sporazum o trgovini s storitvami (General Agreement on Trade in Services – GATS). Leta 1994 je GATS zajemal Splošni sporazum o trgovini s storitvami, ki je vseboval določila v zvezi s storitvami z dodano vrednostjo, kasneje, leta 1997 pa je bil v nadaljnjih pogajanjih sprejet še Sporazum o osnovnih telekomunikacijskih storitvah, h kateremu je pristopilo več kot 70 držav. Ta sporazum je temelj liberalizacije trga telekomunikacij, nanaša pa se na tri pomembna načela:

- ❖ ustanovitev neodvisnega regulatornega organa v vsaki državi,
- ❖ univerzalne storitve,
- ❖ medomrežno povezovanje.

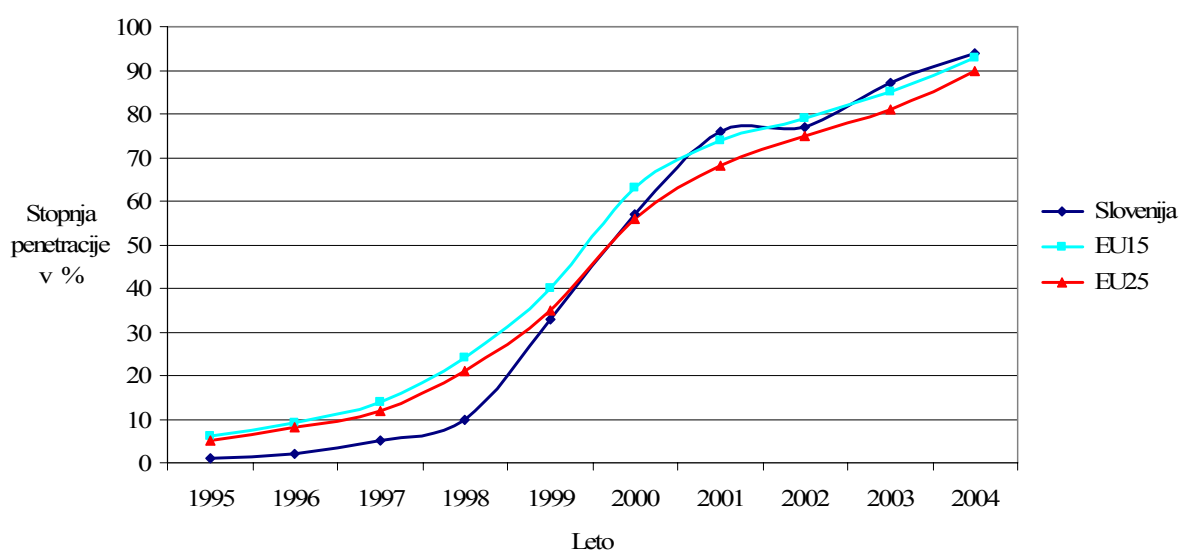
Sporazum naj bi omogočil neposredna tuja vlaganja v telekomunikacijska omrežja, kar se nanaša tako na tehnološko opremo, kakor tudi na storitve s področja telekomunikacij. WTO je takrat objavila tudi namero, da bi se do leta 2000 liberaliziralo 90 % svetovnega telekomunikacijskega trga. Načrt se sicer ni uresničil, vendar se WTO še vedno zavzema za liberalizacijo v največjem možnem obsegu, od leta 2000 naprej pa poteka tudi nov krog pogajanj, ki se nanašajo na nadaljnji potek liberalizacije trga telekomunikacij.

Liberalizacija telekomunikacij poteka dobri dve desetletji, v nekaterih državah manj, v drugih bolj uspešno, njen cilj pa je povečati konkurenčnost in s tem približati kakovostne telekomunikacijske storitve končnim uporabnikom po čimbolj ugodnih pogojih. V teh dveh desetletjih smo bili priča mnogim spremembam, ki so telekomunikacije spremenile v takšne, kot so danes, globalne, konkurenčne, mobilne in predvsem mnogo bolj dosegljive za končnega uporabnika.

4. TRG MOBILNIH TELEKOMUNIKACIJ V SLOVENIJI

Ob prizadevanjih za pridružitve državam EU je tudi Slovenija prevzela evropski model liberalizacije, ki je predvideval prihod novih konkurentov na trg, kar je bila kot kaže tudi pravilna odločitev, saj se je število uporabnikov ob vstopu drugega mobilnega operaterja, skokovito povečalo. K večji dostopnosti storitev mobilnih telekomunikacij so največ prispevali veliko nižje cene, večji nabor storitev in širše pokrito območje signalom GSM. Na spodnjem grafikonu vidimo, da je v Sloveniji od leta 2001 stopnja penetracije, ki meri odstotek mobilnih telefonov na število prebivalcev, na zavidljivi ravni, saj je po tem merilu v družbi najbolj konkurenčnih držav, celo nad povprečjem starih držav članic EU.

Slika 1: Primerjava stopnje penetracije mobilnih telekomunikacij med Slovenijo, EU15 in EU25 v letih 1995-2004



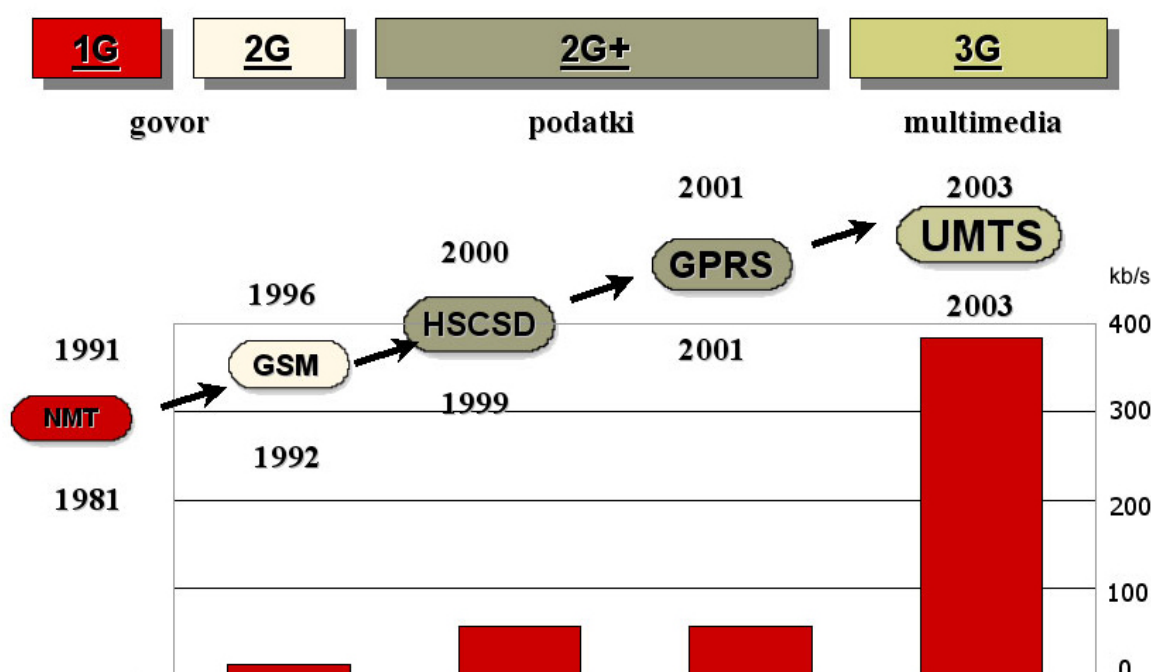
Vir: Mobilna telefonija, Mednarodne primerjave, 2006.

Penetracija, kot kazalec učinkovitosti konkurence na trgu mobilnih telekomunikacij, nam pokaže, da ima Slovenija enega najbolj konkurenčnih trgov mobilnih telekomunikacij v EU, saj je že leta 2001 za 2-odstotni točki presegla 74 % penetracijo mobilnih telekomunikacij takratnih petnajstih držav EU. V letu 2006 je penetracija mobilnih telekomunikacij v Sloveniji že presegla 100 %, kar pomeni, da je v Sloveniji v povprečju več kot ena številka na prebivalca (Penetracija mobilne telefonije v Sloveniji preko 100 %, 2006). Ravno v letu 2006 so se sicer pojavili novi standardi za merjenje aktivnih števil mobilnih operaterjev, ki stopnjo penetracije nekoliko znižajo tako v Sloveniji kot tudi v ostalih državah, zgornja slika pa je za primerjavo stopenj penetracije med državami še vedno merodajna.

4.1. Nastanek in razvoj trga mobilnih telekomunikacij

Zgodba o mobilnih telekomunikacijah v Sloveniji se je začela leta 1991, ko je podjetje z omejeno odgovornostjo SP PTT ustanovilo družbo Mobitel, z namenom razvoja in izgradnje omrežja mobilnih telekomunikacij v Sloveniji. Istega leta je Mobitel tudi komercialno ponudil storitve mobilnih telekomunikacij prve generacije, ki so omogočale govorno telefonijo. Nadaljnji razvoj mobilnih omrežij je v Slovenijo leta 1996 pripeljal drugo generacijo, ki je poleg govorne telefonije ponudila še pošiljanje kratkih sporočil (SMS), kasneje pa tudi prenos podatkov. Za to obdobje je značilna visoka rast penetracije mobilnih telekomunikacij, ki je prikazana v zgornjem grafikonu, z nižanjem cen in vse večjo pokritostjo slovenskega območja s signalom pa je postala dosegljiva prav vsakomur.

Slika 2: Mobilne generacije



Vir: Razvoj mobilnih sistemov, 2006.

V ospredje pa vedno bolj prihaja tretja generacija mobilnih telekomunikacij (UMTS). V tretji generaciji lahko uporabljamo napredne storitve, kot so ogled TV-programa v živo prek mobilnega telefona, opravljamo lahko video klice, hitrost prenosa podatkov pri mobilnem internetu pa se lahko primerja s širokopasovnim fiksnim dostopom. Bolj podroben pregled vseh treh generacij sem opravil v nadaljevanju.

4.2. Prva generacija mobilnih telekomunikacij - NMT

V Sloveniji je bilo prvo omrežje mobilnih telekomunikacij vzpostavljeno 10 let po zagonu podobnih omrežij v Skandinaviji, kjer so se mobilne telekomunikacije v Evropi pojavile prvič. Leta 1991 je bilo ustanovljeno podjetje Mobitel, d. d. in do leta 1998 je bil to edini ponudnik mobilnih telekomunikacij v Sloveniji. Leta 1991 je Mobitel ponudil možnost brezžičnega telefoniranja z analognim sistemom NMT, takrat še v sodelovanju s hrvaškim operaterjem, saj so vsi klici potekali preko zagrebške centrale. Leto kasneje je slovenski ponudnik poskrbel za prvo centralo v Sloveniji. Enako kot na Hrvaškem je tudi v Sloveniji NMT deloval na frekvenci 410 Mhz, v nasprotju z ostalimi evropskimi državami, ki so sistem zasnovale za delovanje na frekvenci 450 Mhz. Posledično je bila tudi uporaba terminalov NMT mogoča le na Hrvaškem in v Sloveniji. Državi sta podpisali medsebojni sporazum o gostovanju, tako so lahko Mobitelovi naročniki uporabljali mobilne telekomunikacije v domačem in hrvaškem omrežju, v ostalih evropskih državah pa gostovanje ni bilo mogoče.

Prva generacija mobilnih telekomunikacij v Sloveniji ni doživela visoke penetracije, številka se je leta 1998 ustavila pri 42 tisoč uporabnikih, nato z uveljavljanjem sistema GSM naslednja leta rahlo upadala, 31. 12. 2005 pa je omrežje NMT uporabljalo še okrog 40 tisoč uporabnikov (Nastanek in razvoj, 2006). Omrežje NMT je imelo določene prednosti v primerjavi z novejšimi omrežji, ki delujejo na višjih frekvencah in omogočajo visoke hitrosti prenosa podatkov. Nizka frekvenca, na kateri je sistem deloval, je namreč omogočala večjo prodornost signala in tako zagotavljala pokritost tudi na hribovitih in manj dostopnih območjih Slovenije, kjer novejša omrežja običajno odpovedo. Velika prednost v zadnjih letih je bila tudi nizka cena pogovorov v omrežju NMT. Kljub določenim prednostim pa je imela prva generacija mobilnih telekomunikacij veliko pomanjkljivosti in omejitev, kot je omenjena nezmožnost gostovanja po svetu, omejene pa so bile tudi storitve, saj je sistem NMT omogočal le govorne klice in preusmeritve le-teh, vse ostale storitve, kot so sporočila SMS, prenos podatkov in multimedijske storitve pa so omogočile šele naslednje generacije. Tudi velikost samih terminalov, ki so bili veliko večji in nerodnejši od terminalov v GSM sistemu, je bila slabša stran NMT sistema. Zaradi teh pomanjkljivosti se je pojavila zahteva po izgradnji novega omrežja, ki bi omogočalo dodatne storitve in možnost gostovanja uporabnikov po vsem svetu. 31. 12. 2005 se je družbi Mobitel iztekla licenca za NMT, komercialna raba omrežja se je ukinila in s tem se je tudi končala prva generacija mobilnih telekomunikacij v Sloveniji.

4.3. Druga generacija mobilnih telekomunikacij - GSM

Podjetje Mobitel, d. d. je leta 1995 dobilo ustrezna dovoljenja za postavitve omrežja druge generacije (GSM) in s tem pridobilo status nacionalnega operaterja digitalne mobilne telefonije ter polnopravno članstvo v mednarodnem združenju operaterjev GSM, ki omogoča sklepanje pogodb o gostovanju v omrežjih operaterjev po celem svetu. Julija 1996 je prvo omrežje GSM v Sloveniji zaživel tudi komercialno. S signalom GSM je bil pokrit slovenski

cestni križ, večja mesta, pomembnejša turistična središča in obala, kar je približno 40 % prebivalstva. S tem je lahko druga generacija mobilnih telekomunikacij v Sloveniji zaživela tudi komercialno. Nadaljnja izgradnja Mobitelovega omrežja GSM v Sloveniji je potekala postopno. Leta 2000 je bila pokritost prebivalstva 96 %, zadnje stanje z dnem 1. 1. 2007 pa kaže, da je pokritega že 99,2 % prebivalstva (Pokritost Slovenije, 2006).

Leto 1998 lahko označimo kot prelomnico na slovenskem trgu mobilnih telekomunikacij, saj se je tega leta zgodilo več, za kasnejši razvoj trga, zelo pomembnih dogodkov. Na trgu se je pojavila predplačniška mobilna telefonija, podpisana je bila koncesijska pogodba za drugega operaterja, z delovanjem pa je pričel tudi Debitel. Ponudniki so svojim uporabnikom v boju za tržne deleže, poleg govorne telefonije, pričeli ponujati vse več raznovrstnih storitev, zato se je namesto izraza mobilna telefonija, vse bolj pričel uveljavljati širši pomenski izraz mobilne telekomunikacije.

S slike št. 1 je razvidno, da je penetracija uporabe mobilnih telekomunikacij v Sloveniji dobila velik zagon prav po letu 1998. Razlogov za to je več. Oktobra tega leta je Mobitel namreč uvedel predplačniško (angl. prepaid) telefonijo, ki je omogočala zaračunavanje vnaprej zakupljenih minut pogovorov, brez stroškov mesečne naročnine, dodatna ugodnost pa je bila možnost nakupa ugodnega mobilnega terminala. Pojavil se je tudi nov ponudnik storitev mobilnih telekomunikacij, Debitel, ki je zakupil del kapacitet v Mobitelovem omrežju in uporabnikom ponudil nekaj novih, cenovno zelo privlačnih, naročniških paketov. Leto kasneje je na trgu nastopil drugi operater, Simobil, ki je dodatno prevetril ponudbo na trgu mobilnih telekomunikacij. Ob začetku svojega delovanja, marca 1999, je Simobil s signalom pokril vsa večja slovenska mesta in glavne prometnice. Na trg je podjetje vstopilo s cenovno ugodnimi naročniškimi paketi, vendar je istočasno tudi Mobitel v boju za ohranitev tržnega deleža znatno znižal cene svojih storitev. Mobilne telekomunikacije so tako v zelo kratkem času postale cenovno dostopne za velik delež prebivalstva.

Leto 2001 je bilo naslednje zelo pomembno leto na trgu mobilnih telekomunikacij v Sloveniji. Avstrijska družba Mobilkom se je odločila za nakup večinskega deleža Simobila, kar je drugemu slovenskemu operaterju prineslo svež zagon, predvsem v obliki novega znanja, dodatnega denarja in novih tehnologij. S pomočjo novega lastnika je Simobil v letu 2001 kar za dvakrat povečal število aktivnih uporabnikov (Letno poročilo, 2002, str. 20). Istega leta pa je na slovenski trg mobilnih telekomunikacij vstopilo ameriško podjetje Western Wireless International (WWI), ki je pod blagovno znamko Vega dodatno popestrilo ponudbo. Podjetje WWI je želelo svoje tekmece ujeti kar se da hitro, podobno kot pred njim že družbi Mobitel in Simobil, se je tudi podjetje WWI, d. o. o. odločilo, da s signalom najprej pokrije večja slovenska mesta in cestni križ, vendar se je zapletlo pri pridobivanju lokacijskih dovoljenj za izgradnjo omrežja, saj so bile najboljše lokacije, ki so omogočale najboljšo pokritost, že zakupljene. Tako je bilo podjetje prisiljeno, da za obdobje do zadovoljive pokritosti s

signalom sklence nacionalno gostovanje (angl. roaming) z enim od obstoječih operaterjev. Izbrali so omrežje Mobitela, ki je imel takrat najboljšo pokritost s signalom GSM.

Druga generacija je torej poskrbela, da smo v Sloveniji mobilne telekomunikacije lahko pričeli uporabljati množično. Penetracija se je povečala z 10 % leta 1998, na 33 % leto kasneje in 57 % leta 2000. Leta 2001 pa je penetracija prvič presegla povprečno penetracijo v EU in dosegla kar 76 %. V prid dobri razvitosti trga pa govori tudi dejstvo, da je manj kot 2 milijona ljudi lahko izbiralo med štirimi ponudniki mobilnih telekomunikacij.

4.4. Tretja generacija mobilnih telekomunikacij - UMTS

Tretja generacija mobilnih telekomunikacij, sistem UMTS (Universal Mobile Telecommunications System), obsega storitve mobilne telefonije, multimedijske storitve, dostop do interneta in drugih, na internetnem protokolu (IP) temelječih storitev ter storitve prenosa podatkov s hitrostjo do 2 Mbit/s (Uredba o podelitvi koncesij za uporabo radiofrekvenčnega spektra za opravljanje storitev UMTS/IMT-2000, 2001). Visoka hitrost prenosa podatkov v tretji generaciji mobilnih telekomunikacij omogoča nadaljnjo širitev storitev na področje brezžičnih multimedijskih storitev, kamor spadajo multimedijska sporočila, brezžične video konference in mobilni internet.

Leta 2001 je v mesecu marcu slovenska vlada objavila razpis za podelitev koncesij za opravljanje storitev UMTS. Razpis je predvideval prijavo vsaj dveh podjetij, ker pa se je nanj odzval le Mobitel, so prvi razpis razglasili kot neuspešen. Znesek 27 milijard tolarjev se je vsem ostalim igralcem na trgu zdel previsok. Vladi Republike Slovenije ni preostalo drugega, kot da razpis ponovi. Konec maja 2001 je bil izveden ponovni razpis, tokrat pod drugačnimi pogoji. Popravili so obe določili, ki sta bili razlog za neuspešen prvi poizkus. Znesek za koncesijo je tokrat znašal 22 milijard tolarjev, torej 5 milijard manj kot pri prvem razpisu, popravljen pa je bil tudi člen, ki je določal minimalno število prijav na razpis, tokrat je bila dovolj le ena ponudba. Po izteku roka za oddajo ponudb se je izkazalo, da je bil Mobitel zopet edini, ki je bil pripravljen plačati 22 milijard tolarjev. 2 milijardi tolarjev je Mobitel prispeval iz lastnih sredstev, 20 milijard pa je prispevala Mobitelova materinska družba Telekom. S testiranjem omrežja UMTS so pričeli konec leta 2003, komercialno pa je omrežje začelo delovati septembra 2004.

Vlada je sredi leta 2004 poizkusila izvesti še en razpis za podelitev licence UMTS, vendar se kljub veliko nižji ceni kot pri prvem razpisu, ni prijavil nobeden od operaterjev. Tudi 9 milijard tolarjev je bilo preveč tako za Simobil, ki je vztrajal pri svoji tehnologiji EDGE, kot za Vego, ki se je že ob vstopu na trg odločila, da v nove tehnologije ne bo vlagala. Kljub pritožbam s strani Simobila, da je tako visoka koncesnina pri prvem razpisu narekovala

nadaljnji razvoj monopola na slovenskem trgu mobilnih telekomunikacij, pa ta ponudnik ni izkoristil priložnosti, da koncesijo dobi po bistveno nižji ceni.

V letu 2006 je Agencija ponovno objavila razpis za dodelitev radijskih frekvenc za opravljanje storitev tretje generacije mobilnih telekomunikacij. Rok za oddajo ponudb je bil 1. 9. 2006, ponudbe pa so oddali Mobitel, T-2 in Simobil. Najvišjo ponudbo je oddal Simobil 1,55 milijarde, ostala dva pa sta oddala ponudbi v minimalni zahtevani višini 1,5 milijarde SIT. Mobitel je licenco UMTS pridobil že novembra 2001, z razširitvijo frekvenčnega območja, namenjenega UMTS, pa je podjetje želelo zagotoviti še višje prenosne hitrosti, vpeljati nove multimedijske storitve ter povečati zmogljivosti omrežja (Za UMTS Mobitel, Simobil in T-2, 1. 9. 2006). Agencija je septembra 2006 odločila, da frekvence UMTS na novo dodeli Simobilu in T-2.

5. LIBERALIZACIJA TELEKOMUNIKACIJ V SLOVENIJI

S pojmom liberalizacije trga, sta pri telekomunikacijah zelo tesno povezana tudi pojma regulacija in deregulacija trga. Deregulacija je bila nujno potrebna za vstop novih ponudnikov, ki pa bi bili brez naknadne regulacije državnih operaterjev obsojeni na neuspeh, saj bi jim le-ti, ki so imeli v tistem trenutku monopolni položaj na trgu, zlahka preprečili uspešno poslovanje. S tem namenom so bili tudi v Sloveniji sprejeti novi pravni okviri, ki so bili podlaga za nadaljnjo liberalizacijo trga telekomunikacij.

5.1. Pravna ureditev trga mobilnih telekomunikacij

5.1.1. Zakon o telekomunikacijah - ZTel

Za področje pravne ureditve telekomunikacij, tudi mobilnih, je bil prelomni trenutek junij 1997, ko je bil sprejet prvi Zakon o telekomunikacijah (Uradni List RS, št. 35/1997). Obdobje liberalizacije slovenskega trga telekomunikacij se takrat še niti ni dobro začelo in temu primerno so se tudi njegove določbe kasneje večkrat izkazale kot neprimerne, saj v več primerih niso bile skladne s pravnimi okviri EU. Je bil pa zakon prvi korak k odpiranju povsem zaprtega slovenskega trga telekomunikacij. Na področju mobilnih telekomunikacij je omogočil vstop novih konkurentov. Kmalu pa se je izkazalo, da bodo brez ukrepanja ustreznega organa težko konkurirali premočnemu državnemu operaterju.

5.1.2. Novi zakon o telekomunikacijah – ZTel-1

Za zagotovitev ustreznega konkurenčnega ozračja v panogi je bila potrebna prenova pravne ureditve na področju telekomunikacij in tako je bil aprila 2001 sprejet nov Zakon o telekomunikacijah (Uradni list RS, št. 30/2001; v nadaljnjem besedilu: ZTel-1), ki je bil skladen tudi s pravnimi okviri EU. ZTel-1 je sistemski zakon, ki je začel veljati 11. maja 2001 in je kot prvi na tem področju že v veliki meri postavil pravni okvir za harmonizacijo področja z evropskim pravnim redom, ki je v tistem času obsegal preko 100 aktov. Predvideval je popolno liberalizacijo trga telekomunikacij ter nadzor in reguliranje konkurence. Telekomunikacijsko omrežje je bilo s tem zakonom odprto in dostopno za vse potencialne operaterje, ponudniki telekomunikacijskih storitev pa so dobili enake možnosti na trgu (Kmet, 2001, str. 26). Na podlagi novega zakona sta bila oblikovana dva nova organa, katerih dolžnost je bila regulacija in nadzor trga telekomunikacij. Prvi organ je bila Agencija za telekomunikacije in radiodifuzijo Republike Slovenije (ATRP), drugi organ, ki ga je predvideval novi zakon, pa je bil Svet za telekomunikacije.

Usmeritve novega Zakona o telekomunikacijah (2001) so se že v veliki meri nanašale na liberalizacijo trga telekomunikacij. Ker se je pomemben del liberalizacije mobilnih telekomunikacij odvijal ravno v času veljavnosti tega zakona, sem na kratko podal glavne vsebinske usmeritve zakona, ki se nanašajo na mobilne telekomunikacije (Predlog Zakona o elektronskih komunikacijah, 2004, str. 1 - 3):

- ❖ Predvideva se liberalizacija tako izgradnje omrežij kot izvajanja storitev. Javne telekomunikacijske storitve se izvajajo na podlagi obvestila regulatorju - ATRP, za izvajanje mobilnih javnih radijskih storitev pa je potrebno pridobiti dovoljenje Agencije. Agencijo morajo operaterji obvestiti tudi o začetku, spremembi ali prenehanju graditve in obratovanja javnega telekomunikacijskega omrežja.
- ❖ Pospešeno se uvaja konkurenco na trgu in prost dostop do omrežij. Na podlagi ZTel-1 so določeni kriteriji za določitev operaterjev s pomembno tržno močjo, ki bodo imeli na podlagi tega zakona še dodatne obveznosti. Vsem in pod enakimi pogoji morajo biti dostopna omrežja v namen medomrežnega povezovanja med operaterji.
- ❖ Ni administrativnega določanja cen, pač pa se cene oblikujejo na podlagi stroškov. Pri tem je določen dodaten nadzor cen pri operaterjih s pomembno tržno močjo s strani Agencije.
- ❖ Določi se regulacija upravljanja z naravnimi viri kot so radijske frekvence in številčni prostor. V zakonu je natančno dodelan postopek javnega razpisa, na podlagi katerega se z odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc dodeli pravica do uporabe radijskih frekvenc.

- ❖ Ustanovi se Agencija za telekomunikacije in radiodifuzijo Republike Slovenije kot politično in finančno neodvisni regulator trga telekomunikacijskih storitev, ki zagotavlja njegovo pregledno in nepristransko delovanje, izvaja nadzor nad izvajanjem določil tega zakona in ureja odnose med operaterji.
- ❖ Ustanovljen je bil tudi Svet za telekomunikacije, ki je organ za spremljanje in svetovanje pri usmerjanju trga telekomunikacijskih storitev.
- ❖ Določi se strogo varstvo uporabnikov telekomunikacijskih storitev, predvsem glede plačevanja računov za storitve in sporov v zvezi s tem. V ZTel-1 je poseben poudarek glede pravice zahtevka specifikacije z razčlenjenimi klici. S tem ukrepom se omogoči preverjanje uporabljenih telefonskih storitev in posameznih klicev.
- ❖ Zaupnost in tajnost podatkov, ki se prenašajo prek uporabe telekomunikacijskih sredstev, postaneta nujni.

Novi Zakon o telekomunikacijah lahko označimo kot prvi sistemski zakon na tem področju, ki je zaokrožil reformo trga telekomunikacijskih storitev in postavil pravni okvir, ki je omogočil prilagoditev evropskemu pravnemu redu.

5.1.3. Zakon o elektronskih komunikacijah - ZEKom

Petnajsterica držav EU je že v letu 2002 dobila nov regulacijski okvir, ki je bil na novo zasnovan in poenostavljen glede na prejšnjega. Zaradi širjenja telekomunikacijskih storitev tudi na druga področja govori ta zakon o elektronskih komunikacijah in ne več samo o telekomunikacijah.

Tudi Slovenija je z vstopom v Evropsko Unijo, 1. 5. 2004, sprejela Zakon o elektronskih komunikacijah (ZEKom), ki je nadomestil dotedanji Zakon o telekomunikacijah (ZTel-1). Glavni namen Zakona o elektronskih komunikacijah je zagotavljanje učinkovite konkurence na trgu elektronskih komunikacij ter omogočanje dostopa in uporabe zanesljivih, cenovno dostopnih in kakovostnih elektronskih komunikacijskih storitev vsem uporabnikom (Tošić, 2004, str. 8). Ali kot pravi 2. člen Zakona o elektronskih komunikacijah: »Namen tega zakona je zagotavljanje učinkovite konkurence na trgu elektronskih komunikacij, pospeševanje razvoja elektronskih komunikacijskih omrežij in storitev v Republiki Sloveniji in s tem gospodarskega in družbenega razvoja v državi nasploh, kot tudi razvijanje notranjega trga Evropske Unije in uveljavljanje legitimnih interesov vseh njenih državljanov«.

Glavna načela in usmeritve ZEKom je opredelilo takratno Ministrstvo za informacijsko družbo, so pa naslednje (Predlog Zakona o elektronskih komunikacijah, 2004, str. 28-30):

- ❖ Upoštevanje spremenjene terminologije, ki jo uvajajo nove evropske smernice, tako novi zakon ne govori več o telekomunikacijah temveč o širšem pojmu – elektronskih komunikacijah.
- ❖ Abstrakten pristop pravnega normiranja in prepuščanje določene materije v urejanje podzakonskih predpisov.
- ❖ Tehnološka nevtralnost zakona in izogibanje specifičiranju posamičnih storitev in omrežij v primerih, ko to ni nujno potrebno.
- ❖ Upoštevanje sistema generalne avtorizacije glede elektronskih komunikacijskih omrežij in opravljanja elektronskih komunikacijskih storitev v smislu nove evropske ureditve, ki dopušča predhodno notifikacijo pristojnemu neodvisnemu organu.
- ❖ Status in položaj ter pristojnosti neodvisnega regulatorja.
- ❖ Ustrezna učinkovita ureditev reševanja sporov med udeleženci na trgu elektronskih komunikacij ter enotna in celovita uveljavitev novega zakona do dneva pristopa Republike Slovenije k EU.

Neodvisni regulator se je po sprejetju novega zakona preimenoval iz Agencije za telekomunikacije in radiodifuzijo Republike Slovenije (ATRP) v Agencijo za pošto in elektronske komunikacije (APEK). Ker gre v smislu regulacije trga mobilnih telekomunikacij oz. po novem elektronskih komunikacij za isti organ, ju bom v nadaljevanju diplomske naloge oba omenjal kot Agencijo.

Na trgu elektronskih komunikacij je torej najpomembnejša dolžnost države, da omogoči konkurenco. Poglavje zagotavljanja konkurence je posvečeno predvsem regulaciji delovanja operaterjev, ki imajo pomembno tržno moč na tem področju. Zato predlog zakona najprej definira, kdaj se šteje, da ima operater pomembno tržno moč in postopek določitve takih operaterjev. Pri tem so zajete vse obveznosti iz direktiv 2002/19/EC in 2002/22/EC, ki so lahko naložene operaterjem s pomembno tržno močjo.

Merila za določanje operaterjev s pomembno tržno močjo po 19. členu Zakona o elektronskih komunikacijah so:

- ❖ tržni delež operaterja na upoštevnem trgu in spreminjanje njegovega deleža na upoštevnem trgu v daljšem obdobju;
- ❖ ovire za vstop na upošteveni trg in vpliv na potencialno konkurenco na tem trgu;
- ❖ vpliv velikih uporabnikov na moč operaterja (izravnalna kupna moč);
- ❖ elastičnost povpraševanja;

- ❖ faza v razvoju upoštevne trga;
- ❖ tehnološke prednosti;
- ❖ razvitost prodajne in distribucijske mreže;
- ❖ doseganje ekonomij obsega oziroma ekonomij povezanosti;
- ❖ stopnja vertikalne integracije;
- ❖ stopnja diferenciacije produkta;
- ❖ možnosti dostopa do finančnih virov;
- ❖ ali nadzira infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojiti;
- ❖ zvezanost storitev.

Vsaj enkrat letno mora Agencija v sodelovanju z organom, pristojnim za varstvo konkurence analizirati upoštevne trge. Če na podlagi analize upoštevne trga Agencija ugotovi, da ta trg ni dovolj konkurenčen, z odločbo določi operaterja oziroma operaterje s pomembno tržno močjo na tem trgu in mu naloži vsaj eno od obveznosti, ki jih določa Zakon o elektronskih komunikacijah v členih 23 do 30:

- ❖ Zagotovitev preglednosti glede medomrežnega povezovanja oziroma operatorskega dostopa, tako da od operaterja zahteva razkritje določenih informacij v zvezi z medomrežnim povezovanjem oziroma operatorskim dostopom.
- ❖ Agencija lahko z odločbo naloži določenemu operaterju s pomembno tržno močjo obveznost zagotavljanja enakega obravnavanja v zvezi z medomrežnim povezovanjem oziroma operatorskim dostopom.
- ❖ V skladu s predpisi, ki urejajo računovodstvo, lahko določenemu operaterju s pomembno tržno močjo naloži, da vodi računovodske evidence za določene dejavnosti, povezane z medomrežnim povezovanjem oziroma operatorskim dostopom, ločeno od računovodskih evidenc za ostale dejavnosti.
- ❖ Obveznost, da ugoti vsem razumnim zahtevam za operatorski dostop in uporabo določenih omrežnih elementov in povezanih zmogljivosti. Pri tem Agencija lahko naloži tudi dodatne pogoje, da se zagotovi poštenost, razumnost in pravočasnost izpolnitve obveznosti.
- ❖ Agencija lahko naloži določenemu operaterju s pomembno tržno močjo obveznosti v zvezi s pokrivanjem stroškov in kontrolo cen, vključno z obveznostmi glede stroškovne naravnosti cen in obveznostmi glede sistemov stroškovnega računovodstva, v povezavi z zagotavljanjem določene vrste medomrežnega povezovanja oziroma operatorskega dostopa.

- ❖ Če na podlagi tržnih analiz Agencija ugotovi, da upoštevni trg, ki je namenjen končnim uporabnikom, ni dovolj konkurenčen, v zgornjih točkah navedene obveznosti pa niso dosegle ciljev, ki jih na trgu zasleduje, lahko operaterju s pomembno tržno močjo na določenem maloprodajnem trgu naloži obveznosti, povezane z regulacijo maloprodajnih storitev, ki vključujejo prepovedi:
 - zaračunavanja prekomernih cen,
 - oviranja vstopa na trg,
 - omejevanja konkurence s postavljanjem previsokih ali prenizkih cen,
 - dajanja neupravičene prednosti določenim končnim uporabnikom.

Agencija je v okviru svojih pooblastil dolžna nadzirati uporabo določb tega zakona o konkurenci in izpolnjevati obveznosti, ki jih z odločbo naloži operaterjem s pomembno tržno močjo.

5.1.4. Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence – ZPOmK

Obravnavana tematika v tej diplomski nalogi zahteva še kratko predstavitev Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence (Uradni list RS št. 99/2004; v nadaljevanju ZPOmK). Naloga omenjenega zakona je namreč preprečiti kakršnakoli protikonkurenčna dejanja s strani podjetij, ki imajo na trgu večinski tržni delež in s tem zagotoviti razmere za učinkovito konkurenco. Posebej je bila v obdobju liberalizacije večkrat omenjena kršitev 10. člena omenjenega zakona, zato pogledjmo, kaj natančno ta člen določa.

Vsebina 10. člena ZPOmK pravi, da je zloraba prevladujočega položaja na trgu prepovedana. S prevladujočim položajem podjetja na trgu je mišljen položaj, ko podjetje glede določenega blaga ali določene storitve nima konkurentov ali ima na trgu le nepomembno konkurenco ali ima v primerjavi s konkurenti občutno boljši položaj glede na tržni delež, možnosti za financiranje, možnosti za nakup in prodajo ali glede na dejstva, ki druga podjetja ovirajo pri vstopu na trg. Podjetje ima prevladujoč položaj na trgu, če je njegov delež prodaje ali nakupa blaga ali storitve v Republiki Sloveniji večji od 40 odstotkov. Zlorabo prevladujočega položaja prikazujejo zlasti naslednji primeri (ZPOmK, 2004, str. 3):

- ❖ posredno ali neposredno pogojevanje nepoštenih prodajnih ali nakupnih cen ali drugih nepoštenih pogojev;
- ❖ neupravičeno zviševanje ali zniževanje cen;
- ❖ omejevanje proizvodnje, trgov ali tehničnega napredka;
- ❖ uporaba neenakih pogojev za primerljive posle z drugimi poslovnimi partnerji, kar te partnerje postavlja ali sili v konkurenčno slabši položaj;

- ❖ pogojevanje sklepanja pogodb s sprejemom dodatnih obveznosti, ki po svoji naravi in glede na trgovinske običaje niso povezane z vsebino teh pogodb.

Vedno, kadar govorimo o zlorabi prevladujočega položaja, je potrebno opredeliti tudi upoštevni trg, na katerem naj bi se zloraba zgodila. Določanje upoštevni trgov je obrazloženo v 2. poglavju te diplomske naloge.

5.2. Začetek obdobja liberalizacije

Smisel liberalizacije je torej po zahtevah Zakona o elektronskih komunikacijah vzpostavitev konkurence, ki prinaša več ponudnikov, več storitev, nižje cene, predvsem pa uporabnikom omogoča izbiro.

Že leta 1995 je v Sloveniji prišlo do prvega boja med konkurenti na trgu mobilnih telekomunikacij, ki pa za končne uporabnike ni imel večjega pomena, saj je bilo z začasnim dovoljenjem obratovanje treh operaterjev le poizkusno. Prvi je bil že obstoječi operater analogne telefonije Mobitel, druga dva pa sta bila Digitel, d. o. o. in Detel 5, d. o. o.. Po poskusnem obdobju je dovoljenje za nadaljnjo uporabo omrežja GSM 900 dobil le Mobitel, ki je tako do leta 1998 na trgu deloval sam.

Po sprejetju Zakona o telekomunikacijah je Vlada Republike Slovenije izdala razpis, ki bi zagotovil konkurenco na slovenskem trgu mobilnih telekomunikacij. Razpis je predvideval podelitev dveh koncesij, vendar je posebna strokovna skupina, ki jo je določila Vlada, na podlagi prispelih ponudb licenco dodelila le podjetju Simobil, d. d.. Drugo podjetje, ki se je poleg Simobila prijavilo na razpis, je bilo Digitel, d. d., vendar Vlada kljub temu, da je Digitel v svoji ponudbi navedel 10 milijonov takratnih nemški mark več kot Simobil, podjetju koncesije ni dodelila (Valančič, 1998, str. 11).

V Sloveniji so uporabniki prvič lahko izbirali ponudnika mobilnih telekomunikacij konec leta 1998, ko je 2. novembra s svojim delovanjem pričel Debitel, ki je sicer deloval prek Mobitelove infrastrukture, vendar s samosvojo strategijo na trgu končnih uporabnikov. V istem letu je bila 9. oktobra podpisana tudi koncesijska pogodba za drugega operaterja, ki je že takrat napovedoval prihod predplačniškega sistema mobilne telefonije, vendar ga je državni operater že v samem začetku prehitel in tako uvedel predplačniško telefonijo še predno je 25. marca 1999 novo podjetje na trgu, Simobil, d. d., komercialno zagnalo svoje omrežje. Število uporabnikov se je v dobrem letu več kot potrojilo, iz slabih 200.000 v letu 1998 je naraslo na preko 600.000 v letu 1999 (Mobilna telefonija, Mednarodne primerjave, 2006). S pravočasno uvedbo predplačniškega sistema in znižanjem cen naročniškim paketom je državnemu operaterju uspelo pridobiti velik del novih uporabnikov. Kljub velikemu porastu

števila uporabnikov v enem letu pa je bilo, glede na današnje število uporabnikov, prostora še več kot dovolj. Boj za tržni delež med tremi ponudniki se je tako začel, z njim pa tudi zgodba o liberalizaciji mobilnih telekomunikacij v Sloveniji.

Število uporabnikov mobilnih telekomunikacij je v Sloveniji v naslednjem letu še naprej naglo naraščalo in v letu 2000 preseglo 1 milijon uporabnikov, kar pomeni, da je mobilni telefon uporabljal že vsaj vsak drugi Slovenec (Mobilna telefonija, Mednarodne primerjave, 2006).

V letu 2000 je Vlada razpisala nov razpis, tokrat za podelitev koncesij za frekvenco GSM 1800 Mhz. Na razpis so se odzvala 4 podjetja, poleg že obstoječih igralcev na trgu, Mobitela in Simobila, še ameriško podjetje Western Wireless International ter domžalski Teleimpuls. Minimalna koncesijska vrednost je bila 100 milijonov SIT, ki so jo v svojih ponudbah vsa podjetja presegla. Strokovna komisija je odločila, da bo za opravljanje storitev mobilnih telekomunikacij GSM 1800 izbrala oba že delujoča operaterja in Western Wireless International, ki je pod blagovno znamko Vega komercialno začelo delovati ob koncu leta 2001. Koncesije so bile podeljene za dobo 15 let, država pa je z njimi napolnila proračun za dodatnih 7 milijard tolarjev.

S prihodom tretjega operaterja in s tem četrtega ponudnika mobilnih telekomunikacij v Sloveniji so uporabniki tako pridobili še dodatno izbiro in ni več razloga, da ne bi mogel trditi, da je bila liberalizacija trga mobilnih telekomunikacij v teku.

5.3. Nadaljevanje liberalizacije

S prihodom Vege se je v Sloveniji ponudba povečala še za enega operaterja storitev mobilnih telekomunikacij, ki je konkurenco še dodatno zaostril. Uporabniki smo s tem dobili možnost izbire kar med štirimi ponudniki.

V nadaljevanju obdobja liberalizacije je bila dodobra preizkušena pravna ureditev trga mobilnih telekomunikacij v Sloveniji, saj so se mnoge pritožbe zoper največjega igralca na trgu ter celo državo kar vrstile. Podroben pregled in analiza teh pritožb bosta dala odgovor na vprašanje, ali je trg mobilnih telekomunikacij v Sloveniji liberaliziran.

5.3.1. Vega proti Mobitelu in Simobilu

Predstavniki tretjega slovenskega operaterja Vege so 22. 4. 2003 na Agencijo vložili uradno pritožbo in prijavo zaradi kršitev zakona o telekomunikacijah. Operaterja s pomembno tržno močjo, Mobitel in Simobil, naj cen storitev ne bi oblikovala stroškovno. S tem naj bi onemogočala konkurenco, Mobitel pa zlorabljal prevladujoč položaj na slovenskem trgu (Vega prijavila Mobitel, 2003, str. 5).

Pritožba je 16. 5. 2003 prispela tudi na Urad za varstvo konkurence. Vego je najbolj motila razlika med ceno klicev v lastno omrežje in ceno klicev v druga omrežja, kjer naj bi Mobitel izrabljal medsebojno subvencioniranje storitev, ter trajanje naročniških pogodb pri Mobitelu, kar naj bi vodilo k ohranjanju tržnega deleža, tudi za ceno kapitalskega donosa in dobička svojih delničarjev (Vega na Urad za varstvo konkurence, 2003, str. 8).

Urad za varstvo konkurence je na podlagi prijave družbe Western Wireless international, konec junija uvedel postopek zoper družbo Mobitel. Namen je bil ugotoviti ali največji operater mobilne telefonije v Sloveniji res krši zakon o preprečevanju omejevanja konkurence.

7. julija 2003 je Agencija izdala dve začasni odločbi, s katerima je Mobitelu in Simobilu, kot operaterjema s pomembno tržno močjo, odredila znižanje cen za zaključevanje klicev v lastnem mobilnem omrežju.

Po pritožbi Mobitela in Simobila je 25. septembra 2003 Ministrstvo za informacijsko družbo obe odločbi Agencije odpravilo in primer vrnilo v ponovno presojanje. Agencija je zato ponovno uvedla postopek inšpekcijskega nadzora in organizirala pogovore z vpletenimi operaterji, da bi se ti sami dogovorili za najustreznejšo rešitev in tako pomagali Agenciji do prave odločitve (Od države zahtevajo 42 milijard, 2004).

Konec oktobra 2003 sta se Simobil in Mobitel uspela dogovoriti o novih asimetričnih cenah zaključevanja klicev v njuni omrežji, ki temeljijo na podlagi tržnih deležev, v Vegi pa so se predlogu upirali, saj naj po njihovem mnenju ne bi reševal problema prevelike razlike med ceno klicev v lastnem omrežju in ceno klicev v druga omrežja. Predlog asimetrije je bil, da Simobil dobi za vsak zaključen klic v svojem omrežju 27 tolarjev, Mobitel 22 tolarjev, Vega pa naj bi dobila 32 tolarjev (Vega zavrača asimetrijo, 2003, str. 3). Simobil je s tem pridobil prednost ugodnejših klicev v Mobitelovo omrežje, Mobitel pa je obratno Simobilu plačeval več. Upiranje Vege, ki bi bila po novem, asimetričnem modelu, v najboljšem položaju, je bilo tokrat nerazumljivo. Vega bi namreč s sprejetjem asimetričnih cen kar za 47 odstotkov povečala prihodke v času višje tarife in kar za 60 odstotkov v času nižje tarife (Veseli Simobil, kujajoča se Vega, 2003, str. 2).

Pojavilo se je vprašanje, ali Vega morda ne zasleduje kakšen drug, višji cilj, z ekonomskega vidika je bila predlagana asimetrija več kot ugodna rešitev v danem trenutku. Simobil in Vega sta z asimetrijo dobila priložnost, da se izkažeta, saj bi del izgubljenih prihodkov iz medomrežnih povezav Mobitel moral kompenzirati s podražitvijo cen klicev znotraj svojega omrežja, kar je bila tudi želja Simobila in predvsem Vege.

10. decembra 2003 je Agencija predlog Mobitelovega in Simobilovega cenika podprla in hkrati ugotovila, da Mobitel in Simobil ne kršita zakona o telekomunikacijah, zato je postopek proti njima ustavila. Vega je nato 22. januarja 2004 zoper ta sklep vložila pritožbo na Agencijo, ki pa je pritožbo teden dni kasneje zavrgla z obrazložitvijo, da Vega ni upravičena do pritožb na sklepe Agencije drugim osebam.

Vega je nato 20. februarja 2004 na omenjena sklepa Agencije vložila pritožbo tudi na Ministrstvo za informacijsko družbo. Ministrstvo je v odločbi 23. junija 2004 pritožbama Vege ugodilo in Agencijo opozorilo na postopkovne nepravilnosti pri reševanju spora ter vrnilo primer v ponovno odločanje Agenciji (Ministrstvo vrača Vego regulatorju, 2004, str. 16). Odgovor Agencije je bil, da ne bodo regulirali maloprodajnih cen, saj naj bi s tem posegli v ustavno pravico Mobitela in Simobila do svobodne gospodarske pobude (Od države zahtevajo 42 milijard, 2004).

Agencija je v juliju 2004 še enkrat presojala o Vegini pobudi na osnovi zakona o elektronskih komunikacijah o njenem pravnem interesu, da v postopku sodeluje kot stranski udeleženec, 8. oktobra pa izdala sklep, da se Vegi ne prizna status stranke v postopku (Vegi prekipelo zaradi monopola, 2004, str. 9).

Sočasno s pričetkom Veginih pritožb so se v medijih že pričele govorice o možnem umiku Vege s slovenskega trga. Slab finančni položaj, nezmožnost črpanja posojila, odprodaja opreme, skoraj preklicano oglaševanje, odpuščanje zaposlenih so pri tretjem operaterju namreč postali vsakdanjost. Pritožbe na različne naslove so nekateri videli kot zadnji poizkus obupanega in možno podlago za odškodninske tožbe (Vegi napovedujejo skorajšnji konec, Coustaury zanika, 2003).

5.3.2. Vega proti državi

25. oktobra 2004 je družba Western Wireless International vložila odškodninski zahtevek zoper Republiko Slovenijo zaradi neučinkovitega udejanjanja konkurence na slovenskem trgu mobilnih telekomunikacij (Od države zahtevajo 42 milijard, 2004). WWI je tako zahtevala povračilo škode v višini 42 milijard tolarjev (174 milijonov evrov) in takojšen nadzor trga, da se zagotovi konkurenca. Vega je tudi zahtevala, naj država najkasneje do 1. januarja 2005 vzpostavi stanje neokrnjene oz. normalne konkurence na trgu mobilnih telekomunikacij v

Sloveniji, tako da odpravi napako trga, ki se kaže v nepretočnosti uporabnikov storitev med vsemi operaterji mobilnih telekomunikacij na slovenskem trgu.

Poleg odprave napake na trgu je WWI zahtevala tudi povračilo škode, ki bi ji nastala do trenutka normalizacije trga. Ker je bila ustavitev promocijskih aktivnosti WWI upravičena in nujna, so domnevali, da so upravičeni tudi do povračila škode, ki upošteva tudi stroške ponovnega zagona podjetja, in je znašala 173,9 milijona evrov (42 milijard tolarjev). V primeru, da država ne bi odpravila napake v roku 45 dni oz. ne bi dala ustreznega zagotovila, da bo napaka odpravljena v smiselno kratkem roku, je WWI od države zahtevala celotno vrednost projekta v višini 337 milijonov evrov (80 milijard tolarjev), ob tem pa naj bi družba tudi zapustila slovenski trg (WWI zahteva 42 milijard, 2004).

Odgovor Vlade je sledil po več kot pol leta. 28. aprila 2005 je vlada zahtevek Vege zavrnila in tako potrdila tudi mnenje gospodarskega ministrstva, ki je trdilo, da je zahtevek Vege v celoti neutemeljen. V svojem odgovoru je bila Vlada precej ostra. Veliko pozornosti je namenila razčlenitvi po njeni oceni napačnih poslovnih odločitev Vege in njenega lastnika, ki naj bi bile krive za poslovni neuspeh Vege in ne odločitve državnih organov, ki naj po Veginih besedah ne bi poskrbeli za vzpostavitev konkurenčnih razmer na trgu mobilnih telekomunikacij. Med omenjenimi napačnimi poslovnimi odločitvami naj bi bile po mnenju Vlade previsoka koncesijska dajatev, kar 4,9 milijarde tolarjev, stroškovno neracionalno poslovanje, od preobsežnega zaposlovanja do zgrešenih oglaševalskih akcij, napačna ocena penetracije trga, neupoštevanje stroškov, tako imenovanega nacionalnega sledenja in zavračanje asimetričnega zaračunavanja cen. Skupina uslužbencev Ministrstva za gospodarstvo, ki je tudi s pomočjo zunanjih strokovnjakov pripravljala odgovor, je tudi primerjala nabor storitev različnih mobilnih operaterjev in ugotovila, da Vega ponuja približno četrtno toliko storitev kot Mobitel in tudi manj kot njen lastnik WWI v drugih državah. WWI bi morala za odškodninsko odgovornost državi dokazati protipravna dejanja, česar po mnenju Vlade ni storila, prav tako naj ne bi dokazala vzročne zveze med ravnanjem države in škodo, ki naj bi bila WWI povzročena, ter dokazala obstoja in višine škode (Vlada se je odločila – Vega ne bo plačala odškodnine, 2006).

5.3.3. Odločba Urada za varstvo konkurence

Sočasno z vsemi pritožbami Vege pa se je moral največji slovenski operater soočiti še z Uradom za varstvo konkurence, ki je 18. januarja 2005 v okviru postopka ugotavljanja morebitne zlorabe prevladujočega položaja družbe Mobitel, ki ga je sprožila Vega, izdal povzetek relevantnih dejstev. V slednjem je ugotovil, da je imel Mobitel po podatkih za leto 2003 na slovenskem trgu 78-odstotni tržni delež in s tem vlogo določevalca cen storitev mobilnih telekomunikacij, protikonkurenčno zakonodajo pa naj bi kršil tudi v več drugih primerih (Povzetek dejstev Urada za varstvo konkurence pristranski, 2006).

Pri Mobitelu so pravočasno izdali predlog zavez, ki so se nanašale na dobo vezave, število aneksov k naročniškim razmerjem, zaklepanje mobilnih aparatov GSM in na stroške predčasne prekinitve razmerja. Urad za varstvo konkurence je 14. junija 2005 sprejel omenjen predlog zavez družbe Mobitel in hkrati delno zavrgel zahtevek Vege v delu, ki se je nanašal na medsebojno subvencioniranje različnih telekomunikacijskih storitev. Zaveze, ki jih je Mobitel medtem tudi že začel izvajati, so bile:

- ❖ zmanjšanje vezave pri nakupu aparatov GSM na 12 mesecev;
- ❖ naročniki lahko k naročniški pogodbi sklenejo le en aneks, do nakupa novega subvencioniranega aparata pa so upravičeni šele po izteku obdobja njegove veljavnosti;
- ❖ aparati v akcijskih ponudbah niso več zaklenjeni v Mobitelovo omrežje, Mobitel pa po preteku obdobja vezave zagotavlja tudi brezplačno odklepanje aparatov, kupljenih v naročniško-prodajnih akcijah pred obdobjem uveljavitve zavez;
- ❖ stroški predčasne prekinitve niso več fiksni skozi obdobje vezave aneksa, temveč se nižajo sorazmerno z iztekanjem vezave.

Urad je tako po skoraj dveh letih sklenil del postopka, ki ga je proti Mobitelu sprožila Vega že maja 2003. Manjkala je le še odločba o delu pritožbe, ki se je nanašala na stroškovno neutemeljene cene klicev v in izven omrežja. Le-to je Urad izdal 20. decembra 2005 z dopolnilno odločbo, s katero je zavrnil zahtevek družbe WWI v delu, ki se nanaša na ugotovitev obstoja zlorabe prevladujočega položaja družbe Mobitel na storitvenem trgu mobilne govorne telefonije v Sloveniji zaradi očitane oblikovanja nepoštenih in nestroškovno naravnanih cen. Vega je še posebej opozarjala na cene, ki izvirajo in se zaključujejo v lastnem omrežju. Urad je v dokaznem postopku ugotovil, da Mobitel nesporno ima prevladujoči položaj in zaradi tega posebne obveznosti do nastopanja na trgu, tako ne sme nastopati s cenami, ki ne bi pokrivale stroškov. Ob tem pa je Urad ugotovil, da cene, ki jih Mobitel zaračunava za klice, ki izvirajo in se zaključujejo v lastnem omrežju, presegajo stroške in da torej očitek cenovnega predatorstva ni utemeljen (Mobitel ni zlorabil položaja, 2005).

5.3.4. Vega proti državi, Mobitelu in Regulatorju

30. maja 2005 je Vega svoje grožnje uresničila in vložila dve tožbi. Prvo na okrožnem sodišču v Ljubljani proti državi in Mobitelu, kjer je zaradi izpada poslovanja zahtevala 48,8 milijarde tolarjev oziroma 203,9 milijona evrov odškodnine. Drugo tožbo pa je na upravnem sodišču vložila proti Agenciji in od nje zahtevala, da na trgu mobilnih telekomunikacij zagotovi svobodno in pošteno konkurenco (Vega toži državo, Mobitel in APEK, 2005).

V WWI so bili takrat sicer odločeni ostati na slovenskem telekomunikacijskem trgu in bili še vedno pripravljeni na izvensodno poravnavo, hkrati pa je direktor Vege, Julien Coustaury, poudarjal, da Vegin tržni delež ni bil posledica slabih poslovnih odločitev, edini vzrok za takšen položaj je bila po njegovih besedah slaba regulacija trga v Sloveniji, ki je omogočila protikonkurenčno obnašanje državnega Mobitela.

20. oktobra 2005 je Vega nadaljevala s svojim ugovarjanjem državi. Tokrat so zahtevali revizijo razpisa za mobilne telekomunikacije za državno upravo, saj je po njihovem mnenju naročnik favoriziral konkretnega mobilnega operaterja. Vega je svoj ugovor podala v 11 točkah, od katerih jih je Ministrstvo za javno upravo 8 zavrnilo v celoti, v dveh točkah je ugovoru delno, v eni točki pa povsem ugodilo Vegi (Vega sprejela odgovor ministrstva, 2005). V nadaljevanju je Vega podala pritožbo na državno revizijsko komisijo, ki je Vegi ugodila in tako Ministrstvu za javno upravo naložilo ponovitev razpisa, ki pa ga Vega ni več dočakala.

5.3.5. Vega preneha z delovanjem

Aprila 2006 se je namreč ameriška družba WWI odločila prodati slovensko podjetje Vega, ki je s 1. 6. 2006 ukinilo svoje omrežje in tako prenehalo s svojim delovanjem na slovenskem trgu telekomunikacij. Vegino omrežje sta odkupila Mobitel in Simobil, uporabniki pa so po svoji volji prešli k enemu od obstoječih ponudnikov. Simobil je s posebno ponudbo pridobil večji delež Veginih uporabnikov. Z umikom WWI iz Slovenije pa je bila umaknjena tudi 48,8 milijardna tožba Vege proti državi.

Tako se je končala 5-letna avantura Vege v Sloveniji, ki je večino časa skušala dokazati, da so razmere na trgu mobilnih telekomunikacij v Sloveniji skrajno neurejene, na trgu naj bi vladal monopol, ki naj bi ga največji, državni operater tudi izkoriščal, pa vendar je pred roko pravice vsakič znova doživela razočaranje. Kdo ima torej prav? Glede na to, da je večina konkretnih obtožnic in odgovorov v tem procesu javnosti nedostopnih, sem primoran operirati z dejstvi. Tako sem uredil svoj seznam relevantnih dejstev, ki priča o Veginih poslovnih odločitvah:

- ❖ Vega se je za vstop na slovenski trg telekomunikacij odločila dokaj pozno, ko je bila penetracija že na zelo visoki stopnji (76 % v letu 2001). Kljub dejstvu, da so za uporabnika, ki menja operaterja, z menjavo povezani določeni stroški, ki jih mora prehod k novemu operaterju upravičiti in se pri novih uporabnikih ne pojavljajo, je Vega pričakovala, da se bo tržna struktura spremenila v njeno korist z nudenjem le osnovnih storitev.
- ❖ Vega je ob vstopu na slovenski trg za koncesijo GSM plačala skoraj 5 milijard tolarjev.

- ❖ Tako Mobitel kot Simobil sta bila primorana zgraditi svoje omrežje, kjer je šlo za finančno zahtevne in dolgotrajne naložbe, medtem ko je Vega novembra 2001 sklenila pogodbo o gostovanju v Mobitelovem omrežju, s komercialnim nudenjem storitev mobilnih telekomunikacij je pričela takoj in s tem dosegla prvo konkurenčno prednost, ki pa je tekom naslednjih petih let ni uspela izkoristiti.
- ❖ Vega ni sprejela predloga asimetrije, s katerim bi povečala prihodke pri medomrežnem povezovanju z Mobitelom in Simobilom. Pojavijo se ugibanja, da Vega predloga ni sprejela, ker bi s tem izgubila precejšen del argumentov, s katerimi je kasneje nastopila v tožbi proti državi.
- ❖ Mobitel je predstavil svoje zaveze in jih začel uresničevati, Vega pa se je odločila za tožbo. Zopet se pojavijo ugibanja, da je Vega pohitela s tožbo, dokler se je sploh lahko še nad čim pritožila. Trg se je namreč ravno pričel urejati po željah Vege, ko je nastopila s tožbo.
- ❖ Vega je tožila državo Slovenijo za slabih 50 milijard tolarjev, kar pomeni 25 tisoč tolarjev na prebivalca. Za toliko je Vega tožila svoje potencialne uporabnike in jasno je bilo, da so ji bili po tej tožbi še manj naklonjeni.
- ❖ Vega je v svojih izjavah za javnost večkrat dajala vtis, kot da ne pozna dobro vloge Urada za varstvo konkurence, katerega namen je varovanje konkurence na trgu in ne, kot si je razlagala Vega, varovanje posameznih konkurentov.
- ❖ Vega se ni strinjala z vsebino razpisne dokumentacije pri razpisu za mobilno telefonijo za javno upravo. Ponudbo je vseeno oddala, da se lahko zopet pritoži.
- ❖ Kljub temu, da je bila neprenosljivost številčk eden rednih argumentov, ko so zagovarjali neurejene razmere na slovenskem trgu telekomunikacij, je bila edina, ki prenosljivosti, tudi ko je bila le-ta uradno uvedena, ni bila nikoli sposobna izpeljati.

Pri Vegi so sicer trdili, da so bila vsa njihova dejanja dobre poslovne odločitve, zato so za svoj neuspeh krivili neučinkovitost državnega regulatornega organa in varuha konkurence. Ob svojem prihodu na slovenski trg mobilnih telekomunikacij so pričakovali spremembo tržnih deležev v svojo korist, kljub temu, da niso bili pripravljeni vlagati v nove tehnologije in so ponudili najmanj storitev, s tožbo zoper državo pa si tudi niso nabrali veliko simpatij med slovenskimi potrošniki. Poleg teh dejstev pa proti Veginim obtožbam pričajo tudi pravne zakonitosti in ekonomske teorije, ki sem jih obdelal v nadaljevanju naloge.

6. ANALIZA TRGA S PRAVNEGA VIDIKA

Urad za varstvo konkurence je tisti organ, ki je zadolžen za ugotavljanje stanja konkurence na določenem trgu. Pri tem mu je v oporo Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence (ZPOmK), ki točno določa, kdaj določeno podjetje s pomembnim tržnim deležem krši pravila konkurenčnega prava in s tem zavira učinkovito konkurenco, ki je eden izmed pogojev, da lahko govorimo o liberaliziranosti trga. Analizo trga s pravnega vidika sem zato opredelil z argumenti, naslovljenimi z Vegine strani na varuha konkurence.

Glavni očitki tretjega operaterja, ki se nanašajo na Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence, so se nanašali na medsebojno subvencioniranje storitev in nepoštene pogodbene pogoje. Pri medsebojnem subvencioniranju storitev se je Vega pritoževala predvsem zaradi visoke razlike klicev v in izven lastnega omrežja (angl. on-net in off-net klicev), kar naj bi imelo za posledico preprečevanje migracije uporabnikov med operaterji, kot tudi omejevanje konkurence, s čimer naj bi največji operater želel ohraniti visok tržni delež. Glede pogodbenih pogojev pa je Vega motila predvsem visoka vezava pri nakupu subvencioniranih aparatov, ki je dovoljevala kar tri anekse k pogodbi, aneksi pa so zavezovali od 24 do 36 mesecev. Tako je največji operater lahko uporabnika vezal za kar 9 let vnaprej, v nasprotnem primeru pa mu zaračunal visoko pogodbeno kazen. S tem naj bi Mobitel zlorabljal svoj prevladujoči položaj na trgu v nasprotju z 10. členom ZPOmK.

6.1. Upoštevni trg

Urad za varstvo konkurence je v svojih izjavah za javnost večkrat omenjal upoštevni trg mobilne govorne telefonije. Za določitev podjetja s prevladujočim položajem je namreč potrebno najprej določiti upoštevni trg, na katerem se prevladujoči položaj ugotavlja. Urad je za upoštevni trg določil trg mobilne govorne telefonije v Sloveniji, ki vključuje tako klice v lastno omrežje kot klice v druga omrežja.

6.2. Podjetje s prevladujočim položajem

ZPOmK določa, da so zlorabe prevladujočega položaja na trgu prepovedane. Podjetje ima na določenem upoštevni trg prevladujoč položaj, če glede določenega blaga ali določene storitve nima konkurentov ali ima na trgu le nepomembno konkurenco ali ima v primerjavi s konkurenti občutno boljši položaj glede na tržni delež, možnosti za financiranje, možnosti za nakup in prodajo, glede na dejstva, ki druga podjetja ovirajo pri vstopu na trg. Podjetje ima prevladujoč položaj na trgu, če je njegov delež prodaje ali nakupa blaga ali storitve večji od 40 odstotkov. Gre sicer za zakonsko domnevo, ki jo je kot tako mogoče ovreči, saj tržni delež

ne pokaže vedno prave slike tržne strukture in gospodarske moči subjekta na upoštevem trgu.

Največjemu slovenskemu operaterju lahko prevladujoči položaj določimo že po kriteriju tržnega deleža, saj že od samega začetka uživa tržni delež, ki je veliko večji od praga 40 %. Od samih začetkov, ko je bil Mobitel še edini operater na trgu in tako užival 100-odstotni tržni delež, se je le-ta do danes znižal na dobrih 70 % (APEK, 2006), kar je še vedno več kot dovolj, da se Mobitel določi kot operater s pomembno tržno močjo.

6.3. Zloraba prevladujočega položaja na trgu

Vega je Mobitel obtožila zlorabe prevladujočega položaja na trgu mobilne govorne telefonije v dveh točkah. Prva je bila medsebojno subvencioniranje storitev, druga pa nepošteni pogodbeni pogoji.

Glede prve točke, zlorabe s pomočjo medsebojnega subvencioniranja, je potrebno najprej pojasniti pojem medsebojnega subvencioniranja. Pojem pomeni, da podjetje prenese ali razporedi vse ali del stroškov svoje dejavnosti na enem geografskem ali proizvodnem trgu na svojo dejavnost na drugem geografskem ali proizvodnem trgu (Obvestilo Komisije o uporabi pravil o konkurenci v poštnem sektorju in o oceni nekaterih državnih ukrepov v zvezi s poštnimi storitvami, 2006). Do prepovedanega navzkrižnega subvencioniranja v konkurenčno-pravnem pomenu torej običajno prihaja v primeru, ko podjetje alocira (prerazporeja) celotne ali del stroškov svoje aktivnosti z enega upoštevnega proizvodnega/storitvenega ali geografskega trga na aktivnost z drugega upoštevnega trga. Na tak način lahko podjetje s prevladujočim položajem izkorišča svoj položaj na trgu, kjer je dominanten, tako da si s tem pokriva stroške ali del stroškov na drugem trgu, kjer ni dominanten. Drugim konkurentom na tem trgu torej ne konkurira na osnovi večje učinkovitosti, ampak na osnovi prelivanja sredstev z enega upoštevnega trga na drugega.

Po tej kratki definiciji medsebojnega subvencioniranja vidimo, da obtožbi Vege ne moremo pritrditi že zaradi napačne razlage pojma medsebojnega subvencioniranja različnih storitev. Urad je namreč definiral upoštevni trg kot trg mobilne govorne telefonije, ki obsega tako klice znotraj omrežja (on-net) kot klice v druga omrežja (off-net) pa tudi klice v fiksno omrežje. Največji operater na upoštevem trgu pa naj bi po obtožbah Vege medsebojno subvencioniral ravno klice znotraj omrežja in klice v druga omrežja, ki oboji sodijo na isti upoštevni trg. Po definiciji medsebojnega subvencioniranja prekršek obstaja le v primeru, da se s prihodki enega upoštevnega trga subvencionira stroške drugega upoštevnega trga.

Glede druge točke, nepoštenih pogodbenih pogojev, je Vega podala več očitkov zoper Mobitel. Ta naj bi prevladujoč položaj na trgu zlorabil z naslednjimi dejanji:

- ❖ zaračunavanje visoke cene storitve odklepanja mobilnega telefonskega aparata po preteku dobe vezave naj bi lastniku telefonskega aparata onemogočalo njegovo uporabo pri drugemu operaterju;
- ❖ stroški odklepanja telefonskih aparatov naj ne bi bili sorazmerni z dejansko vrednostjo storitve, še posebej v primeru, ko bi naročnik hotel odkleniti telefonski aparat pred potekom dobe vezave;
- ❖ doba vezave naj ne bi bila sorazmerna z višino subvencije, ki jo je naročnik deležen ob nakupu telefonskega aparata in ob sklenitvi aneksa k naročniški pogodbi;
- ❖ omogočanje sklepanja večjega števila aneksov k naročniškim pogodbam, kar se odraža v nesorazmerno dolgi dobi vezave naročnika k Mobitelu, tudi do 9 let, v primeru sklenitve treh aneksov po 36 mesecev, kar bi posledično oteževalo migracijo naročnikov k drugim operaterjem;
- ❖ višina stroškov predčasne prekinitve naročniškega razmerja naj ne bi bila v sorazmerju z dejanskimi stroški predčasne prekinitve.

Pri Mobitelu so se očitno zavedali, da so navedeni očitki utemeljeni in jih Vega lahko uporabi proti njim, zato so samoiniciativno izdali predlog zavez, ki so se nanašale ravno na zgoraj omenjene očitke. Zaveze, ki jih je Mobitel medtem tudi že začel izvajati, so bile:

- ❖ po preteku obdobja vezave Mobitel zagotavlja brezplačno odklepanje aparatov, kupljenih v naročniško-prodajnih akcijah pred obdobjem uveljavitve zavez;
- ❖ aparati v akcijskih ponudbah niso več zaklenjeni v Mobitelovo omrežje;
- ❖ zmanjšanje vezave pri nakupu subvencioniranega aparata GSM na 12 mesecev;
- ❖ naročniki lahko k naročniški pogodbi sklenejo le en aneks, do nakupa novega subvencioniranega aparata pa so upravičeni šele po izteku obdobja njegove veljavnosti;
- ❖ stroški predčasne prekinitve niso več fiksni skozi obdobje vezave aneksa, temveč se nižajo sorazmerno z iztekanjem vezave.

Omenjene zaveze so prispevale k povečanju učinkovitosti konkurence, saj se je obdobje najvišje možne pogodbene vezave uporabnika skrajšalo iz devet let na eno leto, omogočile so prosto uporabo v akcijskih ponudbah kupljenih aparatov tudi v drugih omrežjih, znižala pa se je tudi kazen ob predčasni prekinitvi pogodbenega razmerja, ki je bilo po novem sorazmerno z iztekanjem vezave.

7. ANALIZA TRGA Z EKONOMSKEGA VIDIKA

Poleg pravne bitke, ki jo je Vega izgubila na slovenskem trgu, pa sem že omenil tudi slabe poslovne odločitve, ki so jih predstavniki tretjega mobilnega operaterja sprejemali in so med drugim tudi vplivale na njihov neuspeh. V tem poglavju bom skušal odgovoriti na vprašanje,

ali je Vega sploh imela pogoje za doseganje boljših rezultatov na slovenskem trgu. Možnosti uspeha jim namreč omejujejo tudi ekonomske teorije in zakonitosti trgov. Njihov neuspeh na trgu zato ne pomeni nujno neurejenosti konkurenčnih razmer na trgu. Telekomunikacije so namreč panoga s posebej značilnimi trgi z mrežnimi učinki, ki izrazito vplivajo na porazdelitev tržnih deležev.

Trgi novih ekonomij z značilnimi mrežnimi učinki predstavljajo pomemben in velik del današnjega svetovnega gospodarstva. Najbolj značilni panogi z mrežnimi učinki sta prav računalniška in telekomunikacijska, ki sta tudi gonilni sili hitro rastočega svetovnega gospodarstva (Economides, 2004, str. 1).

Ena od značilnosti trgov novih ekonomij, na katerih prevladujejo mrežni učinki, je tudi enormno nesorazmerje v porazdelitvi tržnih deležev in dobičkov. Tržni delež vodilnega podjetja prav lahko doseže stopnjo večkratnika deleža drugega največjega tržnega subjekta. Omenjeno nesorazmerje med tržnimi deleži konkurentov v pogojih mrežnih ekonomij pa ne predstavlja protikonkurenčnih tendenc. Ravno nasprotno, položaji vodilnih podjetij in njihova superiornost v razmerju do tržnih rivalov ter velike razlike med deleži prodaje in dobička podjetij so značilni za naravno tržno ravnotežje industrij z mrežnimi učinki (Economides, 1998, str. 7). V nadaljevanju poglavja sem zato podrobneje predstavil trge z mrežnimi učinki in zakonitosti teh trgov, ki veljajo tudi za slovenski trg telekomunikacij, tretjemu operaterju, ki je na trg vstopil zadnji, pa so te zakonitosti otežile doseganje zastavljenih ciljev.

7.1. Trgi z mrežnimi učinki

Mrežni učinki izhajajo iz komplementarnosti med komponentami omrežja. Za kupce na trgih z mrežnimi učinki je značilno, da se vrednost dodatno kupljene enote veča z obsegom prodanih enot na trgu. Določen naročnik lahko doseže več drugih naročnikov v večjem telefonskem omrežju, kar povečuje korist tega omrežja za vsakega posameznega naročnika. S povečanjem števila kupcev in prodajalcev na trgu se povečuje tudi njihova koristnost, saj se povečuje možnost za odkritje nasprotne ponudbe, s čimer pa se zagotavlja tudi bolj stabilna tržna cena.

Mrežni učinki so ena temeljnih značilnosti novih ekonomij in jih je možno deliti na dve skupini, neposredne in posredne mrežne učinke.

- ❖ Neposredni mrežni učinki se kažejo kot povečevanje koristi potrošnika/uporabnika v korelaciji z velikostjo (oziroma povečevanjem velikosti) mreže. V našem konkretnem primeru se korist potrošnika veča sorazmerno z večanjem števila uporabnikov, ki jih prek telefonskega omrežja lahko doseže.

- ❖ Kot posredne mrežne učinke pa je mogoče opredeliti učinke, ki so komplementarni mreži sami. Gre tudi za nove trge, ki nastanejo kot posledica povpraševanja, generiranega s strani uporabnikov mreže (Birke, 2005, str. 9). Tipični primer takšnih posrednih mrežnih učinkov je povpraševanje po CD-ploščah, v času po začetku prodaje predvajalnikov CD-plošč. Večja prodaja CD-plošč je (s povratno zanko) zopet generirala večjo prodajo CD-predvajalnikov.

Economides se ukvarja s splošnimi značilnostmi panog, v katerih so poleg ekonomij obsega prisotne tudi mrežne eksternalije oz. mrežni učinki. V panogah, kjer so prisotni mrežni učinki, obstajajo velike oziroma celo ekstremne razlike med tržnimi deleži in dobički podjetij na teh trgih, če imajo podjetja možnost izbire svojih tehnologij. Kot primer naj navedem Microsoft, računalniško podjetje, ki se ukvarja s programsko opremo. Microsoft je razvil množico aplikacij, ki deluje na njegovem operacijskem sistemu Windows in ravno ta možnost uporabe različnih aplikacij privablja nove uporabnike Microsoftovega operacijskega sistema. Ker le-ta postaja vse bolj razširjen, predstavlja priložnost za neodvisne razvijalce aplikacij, da razvijajo nove aplikacije, namenjene Windows okolju, kar še nadalje poveča vrednost in tržni delež Microsoftovega operacijskega sistema. Iz povedanega sledi, da so uporabniki pripravljeni plačati več za Microsoftove storitve, saj jim ponujajo večjo možnost povezanih aplikacij, zato sta tako tržni delež kot dobiček večkratnik tržnega deleža in dobička ostalih podjetij. Od tod lahko na trgu računalniških operacijskih sistemov pojasnimo zelo velik tržni delež Microsoft, veliko manjši delež Apple in zanemarljiv tržni delež ostalih blagovnih znamk.

Economides je pri preučevanju trgov z mrežnimi učinki podrobneje opredelil posebne karakteristike teh trgov. Zanje je značilna visoka kritična masa, ki zaradi neposrednih mrežnih učinkov povzroči nagibanje trga. Nagibanje trga je kategorija, ki predstavlja strukturo trga, v kateri se veliko število uporabnikov odloči za prvega konkurenta. Od trenutka, ko se trg nagne, prvi konkurent lahko obdrži prednost visokega števila uporabnikov zgolj s konkurenčnim, tekmovalnim vedenjem, s poslovno odličnostjo, odnosom do svojih uporabnikov in tehnološkimi inovacijami. Na takšen način lahko poslovna vizija prvega konkurenta (odločitev za vstop na nov, nerazvit trg) rezultira v prednosti prvega koraka v smislu visokega tržnega deleža in visokih dobičkov (Economides, 2004, str. 7-8).

Poudariti je potrebno, da je hipotetični koncept prednosti prvega (zgodnjega) koraka v okolju mrežnih trgov relativiziran z dejanskimi pokazatelji, ki kažejo, da se na področju novih ekonomij vse bolj uveljavlja koncept prednosti drugega koraka (angl. second-mover advantage). Prvi konkurenti ponavadi namreč nosijo visoke stroške raziskav in razvoja, poleg teh pa so višji kot ponavadi tudi stroški trženja, saj je potrebno trg podučiti o novem produktu na trgu. Podjetja, ki na trg časovno vstopijo za prvim konkurentom, se lahko učijo na napakah in izkušnjah podjetij, ki so na trg vstopili pred njimi, tako lahko prednosti prvega konkurenta, ki mu jih prinašajo mrežni učinki, izenačijo in celo izničijo z boljšo poslovno strategijo, predvsem pa z inovativnimi produkti. Seveda morajo biti taka podjetja ekonomsko

učinkovita, poslovno odlična in tehnološko inovativna, drugače te prednosti ne morejo doseči, vsekakor pa imajo za tak podvig boljše pogoje kot podjetja na zrelih trgih s stalno tržno strukturo (Hope, Lehmann-Grube, 2001, str. 13-14). Koncept prednosti prvega koraka torej ni absolutno veljaven, nasprotno – mogoče je ugotoviti, da pripravljenost na tekmovanje, poslovna odličnost in tehnološke inovacije kasnejše konkurente pogosto pripeljejo do boljšega tržnega položaja (Bijwaard, Janssen, Maasland, 2004, str. 2). Takšna ugotovitev velja predvsem za okolja ekonomij s posebej poudarjenimi mrežnimi učinki, kjer konkurenti med seboj ne tekmujejo na trgu, temveč za trg, tekmovanje pa se odvija v zaporednih časovnih obdobjih na področju tehnoloških inovacij. Rezultat takšnega tekmovanja oziroma konkurence je predvsem izrazito visoka neposredna korist potrošnikov, saj imajo na voljo visoko kakovostne inovativne izdelke in storitve po ugodnih cenah.

Vse navedene ugotovitve veljajo tudi za slovenski trg mobilnih telekomunikacij, ki se v tem prav nič ne razlikuje od hipotetičnega primera. Ločeno vprašanje pa je, ali in kdaj bodo podjetja tako možnost izkoristila, saj podatki o številu razpoložljivih storitev v tabeli 1² (stran 33) pri posameznem operaterju v začetku leta 2006 kažejo, da ima največ storitev na voljo prav največji operater na slovenskem trgu. V začetku leta 2006 je imela namreč Vega za svoje uporabnike na voljo le 13 različnih storitev in še te so bile vse vezane na govorno telefonijo in sporočila SMS, po drugi strani pa je Simobil svojim uporabnikom nudil 24 in Mobitel kar 35 različnih storitev, ki pravzaprav že omogočajo konvergenco med mobilnimi telekomunikacijami in drugimi sodobnimi panogami IT. Zato ni naključje, da je stanje tržnih deležev v Sloveniji tako, kot ga prikazujejo statistike.

Economides ugotavlja, da je za take trge značilna tudi neučinkovitost protitrustovskih intervencij države. Prav zaradi naravnega ravnotežja, ki ga je mogoče opredeliti kot neenakost, so poskusi naknadnega konkurenčno-pravnega urejanja trgov z mrežnimi učinki le redko uspešni in zato tudi v tem primeru neprimerni (Economides, 2004, str. 13). Tudi prihod novih konkurentov ne more imeti občutnejših vplivov na tržno strukturo, če novi konkurenti na trgu niso pripravljeni tekrovati s prvim, največjim podjetjem na področjih tehnološke inovativnosti, poslovne odličnosti in visoke ravni skrbi za svoje potrošnike (Hope, Lehmann-Grube, 2001, str. 3). Seveda pa se stanje lahko zelo hitro spremeni in se položaj podjetij obrne, kar bi se zgodilo v trenutku, ko bi se vodilno podjetje zazibalo v spanec dominantneža. Najuspešnejše od zasledovalnih podjetij v tem primeru dobi priložnost, da trg nagne na svojo stran in bivši dominantnež ga bo ravno tako zelo težko pridobil nazaj. Dejstvo, da je neenako ravnoesje na trgih z mrežnimi učinki naravno, pa ne pomeni, da na teh trgih ne obstaja učinkovita konkurenca. Ravno nasprotno, konkurenca, ki se bije za najboljši položaj na takem trgu, je zelo ostra, saj je temu primerno visoka tudi nagrada za uspeh (Economides, 2004, str. 13-14).

Tabela 1: Pregled storitev slovenskih operaterjev - januar 2006

² Podatki za tabelo 1 so bili zbrani iz uradnih brošur in spletnih strani vseh treh operaterjev, ki si bili aktualni v januarju 2006.

Storitev	Mobitel	Simobil	Vega
Telefonija GSM	x	x	x
Video telefonija	x		
Klici znotraj mobilnega virtualnega omrežja - MVPN	x	x	x
Možnost klicanja s kratkimi številkami znotraj MVPN	x		
Možnost nadzora odhodnih in dohodnih klicev v MVPN	x		
Preusmeritve klicev	x	x	x
Čakajoči klic	x	x	x
Zadržani klic	x	x	x
Konferenčni klic	x	x	x
Zapore klicev	x	x	x
Prikaz identitete klicočega - CLIP	x	x	x
Zakrivanje identitete klicočega - CLIR	x	x	x
Telefonski predal - VMS	x	x	x
Razširjeni telefonski predal z možnostjo povratnega klica	x		
Možnost uporabe dveh števil na eni kartici SIM - ALS	x		
Nadzor porabe prek SMS sporočila	x	x	
Nadzor porabe prek interneta	x		
Kratka tekstovna sporočila - SMS	x	x	x
Multimedijska sporočila - MMS	x	x	
Prenos podatkov prek klicne povezave - CSD	x	x	x
Prenos faksimilnih sporočil	x	x	x
Hitri prenos podatkov prek klicne povezave - HSCSD	x		
Paketni prenos podatkov - GPRS	x	x	
Uporaba zasebne dostopne točke - APN	x	x	
Prenos podatkov prek EDGE sistema		x	
Prenos podatkov prek UMTS sistema	x		
Mobilno plačevanje	x		
Nadzor porabe mobilnega plačevanja prek sporočil SMS	x		
Nadzor porabe mobilnega plačevanja prek interneta	x		
Mobilno bančništvo	x		
Lokacijske storitve	x		
Omrežje WLAN	x		
Multimedijski mobilni portal	x	x	
Eurocall		x	
Navidezno domače okolje - VHE		x	
Dve kartici SIM z enako številko - Dual SIM	x	x	
Uvertura	x	x	
Prenosljivost števil med operaterji	x	x	
SKUPAJ	35	24	13

Vir: Podatki iz brošur in spletnih strani operaterjev, januar 2006.

Vstop novih rivalov lahko pripomore k povečanju konkurence in konkurenčnosti med podjetji, ne spreminja pa tržne strukture in s tem povezane razdelitve tržnih deležev in tržne moči. Relevantno spremembo je mogoče zaznati le ob vstopu drugega podjetja na trg, kasneje pa se sprememba v tržnih deležih ne spreminja več znatno. Takšen položaj je posledica zavedanja prvega, največjega podjetja, da lahko kljub prednostim, ki mu jih prinašajo mrežni učinki, izgubi del svojega tržnega deleža v primeru, ko bi se na trgu vedel nekonkurenčno.

Tabela 2 (na strani 34) je povzeta po študiji Economidesa in Flyerja (1998). Prikazuje prodajne deleže, pokritost trga in cene storitev, z naraščanjem števila podjetij na trgu z mrežnimi učinki, ob pogojih nekompatibilnosti med omrežji. Hipotetični primer prikazuje stanje na skrajno nekompatibilnih trgih. Podobno kot v računalniški industriji, kjer Economides uporablja svojo teorijo, pa so tudi v telekomunikacijski panogi komunikacijske poti med uporabniki različnih sistemov odprte, kar nakazuje na delno kompatibilnost na trgu. Mnoge storitve mobilnih operaterjev, kot so klici znotraj virtualnega mobilnega omrežja, nadzor porabe, mobilno plačevanje, dostop do mobilnega portala in podobne, ki jih uporabniki lahko koristijo le pri svojem ponudniku, pa po drugi strani kažejo na nekompatibilnost med omrežji. K nekompatibilnosti še dodatno prispevajo razlike v cenah med klici v lastno omrežje in klici v omrežje drugega operaterja (on-net in off-net klici).

Tabela 2: Prodajni deleži, pokritost trga in cene treh največjih podjetij na trgu

Število podjetij	Prodajni delež največjega podjetja	Prodajni delež drugega podjetja	Prodajni delež tretjega podjetja	Pokritost trga	Cena največjega podjetja	Cena drugega podjetja	Cena tretjega podjetja
1	0,6666			0,6666	0,222222		
2	0,6357	0,2428		0,8785	0,172604	0,0294	
3	0,6340	0,2326	0,0888	0,9555	0,170007	0,0231	0,0035
4	0,6339	0,2320	0,0851	0,9837	0,169881	0,0227	0,0030
5	0,6339	0,2320	0,0849	0,9940	0,169873	0,0227	0,0030
10	0,6339	0,2320	0,0849	0,9999	0,169873	0,0227	0,0030
∞	0,6339	0,2320	0,0849	0,9999	0,169873	0,0227	0,0030

Vir: Economides, 1998.

V tabeli 2 vidimo, da se v razmerah popolne nekompatibilnosti tako cena kot prodajni deleži podjetij, praktično ne spreminjajo po vstopu četrtega podjetja. Predstavljeni primer je zaradi prikazanih predpostavk primeren tudi za ilustracijo situacije na slovenskem trgu mobilnih telekomunikacij.

Prav zaradi opisanih značilnosti lahko neprevidna in presplošna uporaba klasičnih institutov konkurenčnega prava, predvsem identifikacija tržnega položaja največjega podjetja ter potencialni ukrepi za spremembo tržne strukture, negativno vplivajo na stanje konkurence na trgu ter predvsem na raven koristi potrošnikov.

Položaj, ki ga uživa največje podjetje na trgu, torej ni predvidljiv in v daljšem časovnem razdobju lahko postane nestalen. Samo dejstvo, da se položaj največjega podjetja na trgu mrežnih ekonomij ne spreminja, ne predstavlja stanja omejevanje konkurence, temveč kaže predvsem na učinkovitost največjega podjetja, ki svoj položaj v pogojih intenzivne konkurence ohranja z dinamičnim tržnim nastopanjem, značilnim po stalnem uvajanju novih storitev in standardov ter odličnim odnosom do uporabnikov. Tako opredeljena učinkovitost največjega podjetja je za stanje konkurence na trgu zgolj pozitivna, saj jo spodbuja, obenem pa so rezultati konkurenčnega tekmovanja neposredno pozitivni za potrošnike.

7.2. Herfindahl-Hirschman-ov indeks

Za določanje učinkovitosti konkurence na trgu mnogi avtorji uporabljajo različne kazalnike koncentracije na trgu, med katerimi se največkrat omenja Herfindahl-Hirschman-ov indeks HHI (Ki Kim, 2005, str. 2), ki prikazuje razmerje največjega podjetja na trgu do celotnega trga, na katerem podjetje nastopa. HHI se izračuna kot vsota kvadratov tržnih deležev posameznih podjetij na trgu in lahko zaseda vrednosti med 0 in 1. S_i predstavlja tržni delež i-tega podjetja na trgu.

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

Večji kot je HHI, bolj je trg koncentriran, oziroma drugače, večji HHI pomeni večjo neenakomernost tržnih deležev med podjetji na trgu. Nižji ko je HHI, bolj naj bi bil trg učinkovit in konkurenca zdrava.

Poglejmo najprej, kakšen bi bil idealen HHI za tri podjetja na trgu, pod predpostavko, da enakost tržnih deležev predstavlja idealno stanje. Vsako podjetje ima na trgu torej tretjinski tržni delež:

$$HHI = 0,33^2 + 0,33^2 + 0,33^2 = 0,33$$

Končni rezultat nam sam po sebi pove bolj malo, zato ga primerjajmo s HHI-kazalnikom, izračunanim na podlagi tržnih deležev za tri podjetja na trgu na podlagi tabele 2. Tržne deleže

za tri podjetja na trgu dobimo tako, da prodajni delež podjetja delimo s pokritostjo trga, tako dobimo:

$$HHI = 0,66^2 + 0,24^2 + 0,09^2 = 0,50$$

HHI-kazalnik lahko izračunamo tudi za trg mobilnih telekomunikacij v Sloveniji. Zadnji razpoložljivi podatki o tržnih deležih (Polletno poročilo razvoja trga elektronskih komunikacij v Sloveniji, 2006) kažejo, da je imel Mobitel 72 % uporabnikov, Simobil 21 % uporabnikov, 7 % pa so imeli ostali ponudniki (Debitel, Izi mobil in Vega) skupaj:

$$HHI = 0,72^2 + 0,21^2 + 0,07^2 = 0,57$$

Že samo dejstvo, da je Herfindahl-Hirschman-ov indeks kazalnik koncentracije na trgu, nam pove, da za analiziranje učinkovitosti obstoječega stanja konkurence na trgu ni primeren. Tudi Zakon o omejevanju konkurence ne obravnava koncentracije, ki jo merimo s HHI-indeksom, v 10. členu, temveč v 11. členu, ki govori o združevanju podjetij in temu primerni povečani koncentraciji, ki nastane na trgu.

Iz zgornjega primera vidimo, da Herfindahl-Hirschman-ov indeks sam po sebi ni uporaben za določanje učinkovitosti trga oziroma učinkovitosti konkurence na trgu telekomunikacij, kjer so prisotni močni mrežni učinki, saj je na trgih z mrežnimi učinki ta vrednost vedno visoka. V primeru, da so na trgu z mrežnimi učinki do tri podjetja, se vrednost indeksa giblje med 0,5 in 1. Herfindahl-Hirschman-ov indeks lahko v tem primeru uporabimo le za merjenje učinkovitosti največjega podjetja. V primeru, da je indeks HHI na konkretnem trgu večji od indeksa HHI za enako število podjetij, izračunanem po tabeli 1, nam pove le to, da je na danem trgu z mrežnimi učinki učinkovitost največjega podjetja nadpovprečna.

Zmotno je torej na podlagi Herfindahl-Hirschman-ovega indeksa ugotavljati stanje konkurence na trgu, omenjeni indeks nam v primeru trgov z mrežnimi učinki pove zgolj uspešnost največjega podjetja na trgu. Do te uspešnosti pa je podjetje lahko prišlo le z tehnološko inovativnostjo in poslovno odličnostjo.

Podobno velja za ostale kazalnike. Tudi pri teh je potrebno najprej določiti neko referenčno vrednost, ki velja za trg, značilen za panogo, in nato na podlagi te vrednosti oceniti stanje na točno določenem trgu.

8. TRENUTNO STANJE IN PRIHODNOST

V začetku leta 2006 se je v Sloveniji uveljavila prenosljivost števil, ki je imela pozitiven učinek pri porazdelitvi tržnega deleža za manjše operaterje, predvsem za Simobil, ki je v svoje omrežje prenesel kar 70 % vseh prenesenih števil, po 10 % pa so jih v svoja omrežja prenesli Mobitel, Debitel in Izimobil. Do oktobra 2006 je bilo med operaterji prenesenih več kot štirinajst tisoč števil (Polletno poročilo razvoja trga elektronskih komunikacij v Sloveniji, 2006). S prenosljivostjo števil so izpolnjeni praktično vsi pogoji, potrebni za neovirano prehajanje naročnikov med operaterji.

Korak proti liberalizaciji pa je v oktobru 2006 naredila tudi Vlada RS, ki je delnico Telekoma uvrstila na borzo, kar je prvi korak k privatizaciji. Še v letu 2007 namerava vlada prodati 25-odstotni delež, čez nekaj let pa še 14 odstotkov državnega operaterja, ki se bo prodajal kot skupina Telekom, v kateri so poleg matične družbe še Siol, GVO, Avtenta.si, Teledat, dve podjetji, ki ju je operater kupil v Makedoniji in na Kosovu ter seveda nacionalni operater mobilnih telekomunikacij - Mobitel (Telekom gre v celoti, 2006).

Prihodnost šele prihaja, tehnološki in tržni razvoj pa tudi pred regulatorja in vlado postavljata nove izzive (Doyle, 2006, str. 11). Vseeno lahko okvirno postavimo smernice, v okviru katerih se bo po vsej verjetnosti scenarij odvijal. Na trgu lahko pričakujemo nove konkurente, že v času, ko to nalogo zaključujem, sta na slovenskem trgu dva nova ponudnika, ki ju tekom naloge nisem omenjal, Izimobil in M-mobil, v kratkem pa pričakujemo še prihod Tuš-mobila in T-2, slednji je pred kratkim pridobil licenco za omrežje UMTS. Vprašanje je, ali lahko pričakujemo, da se bodo ti novi konkurenti ravno tako posluževali pravnih sredstev za doseganje ekonomskih ciljev. To je malo verjetno za trg mobilne govorne telefonije, kjer se je veliko že dogajalo. Kot sem omenil v začetku naloge, pa na slovenskem trgu mobilnih telekomunikacij nastaja nov trg - trg mobilnega dostopa do interneta. Ta trg nastaja s prihodom novih tehnologij, ki omogočajo širokopasovni dostop do interneta tudi prek brezžičnega omrežja in dejstvo, da je nacionalni operater edini, ki take tehnologije ponuja že nekaj časa, spominja na že videno zgodbo. V septembru 2006 sta namreč licenco za uporabo omrežja UMTS, ki omogoča širokopasovne prenose podatkov, pridobila tudi Simobil in T-2, vendar žal šele 5 let za pionirjem na tem področju v Sloveniji, ki je v tem času dodobra razvil svoje omrežje tretje generacije in svoje uporabnike navadil na nove storitve, ki jih le-to ponuja. Kot smo že videli ob prihodu prvih konkurentov v omrežju GSM, je konkurenca zelo dobrodošla za trg, saj se je dotedanji edini ponudnik z ugodnejšo ponudbo prisiljen boriti za svoj tržni delež, od tod naprej pa je za končne uporabnike najbolj dobrodošel boj na podlagi učinkovitosti v poslovanju, ki lahko sam po sebi trg nagne k najboljšemu od konkurentov.

9. SKLEP

Liberalizacija trga mobilnih telekomunikacij se je torej začela z uveljavitvijo ustrezne pravne podlage, ki je s pomočjo regulatorja predvidevala vzpostavitev konkurence trgu. Ob prihodu prvih konkurentov se je že zgodaj pokazala učinkovitost nove konkurence na trgu, saj se je penetracija v roku treh let dvignila iz 10 na 76 odstotkov. Glede na stopnje penetracije, ki so bile v preteklosti značilne za slovenski trg mobilnih telekomunikacij, bi lahko trdil, da je bila učinkovitost konkurence na trgu mobilnih telekomunikacij v Sloveniji na eni izmed najvišjih ravni v Evropi.

Drugačnega mnenja so bili po dobrem letu delovanja na slovenskem trgu Američani, ki jim na specifičnem slovenskem trgu mobilnih telekomunikacij nikakor ni uspevalo po načrtih. Tržni delež je kljub njihovi cenovno ugodni ponudbi ostajal nizek, krivca za to pa so našli v neurejenosti razmer na slovenskem trgu mobilnih telekomunikacij. Pritožili so se praktično vsem institucijam, ki so povezane s trgom mobilnih telekomunikacij, vendar v večini primerov zaman. Videti je bilo, kot da so pri Vegi ostali neuslišani. Vsaj tako se je zdelo, dokler se ni izkazalo, da so Američani že lep čas razmišljali o umiku s slovenskega trga in iz Evrope nasploh. Ponavljajoče se tožbe so bile tako le izhod v sili in zadnja možnost za povrnitev izgubljenih investicij.

Skozi analizo Veginih pritožb sem tudi pokazal, da je na slovenskem trgu mobilnih telekomunikacij konkurenca učinkovita tako z ekonomskega kot s pravnega vidika. Po stopnji penetracije sodeč, je bil trg učinkovit že od samega začetka konkurenčnega obdobja, dodatno pa je za to poskrbel tudi tretji operater, ki je na določene nepravilnosti opozarjal naglas. Nepravilnosti sta regulator in varuh konkurence odpravljala sproti.

Zmotno je mišljenje, da je na trgu učinkovita konkurenca šele, ko se znatno zmanjša tržni delež državnega operaterja, bivšega monopolista. Tržne zakonitosti namreč same poskrbijo, da se trg nagne k podjetju, ki je najbolj učinkovito v svojem poslovanju, če pa je na določenem trgu to ravno nacionalni operater, pa naj bo le-ta vzor ostalim po Evropi. Sporočilo te diplomske naloge, ki je namenjeno tudi evropskim institucijam, pa bom povzel v enem stavku. Tržni delež državnega operaterja ni edino merilo za učinkovitost konkurence na trgu, obstajajo namreč primeri, ko le-ti niso zaspali na lovorikah dominantneža, temveč so pozitivne mrežne učinke samoiniciativno izkoristili v inovativne namene ter postali pionirji novih storitev na trgu, zakonitosti trga pa so poskrbele za ustrezno nagrado.

Pri vprašanju liberaliziranosti slovenskega trga mobilnih telekomunikacij je tako odgovor na dlani. S pomočjo regulatorja je bila vzpostavljena učinkovita konkurenca, kar izpolnjuje glavni pogoj, z uvrstitvijo nacionalnega operaterja na borzo pa se je pričela tudi privatizacija, ki je po definiciji v tretjem poglavju te diplomske naloge še zadnji kriterij za uspešno liberaliziran trg.

LITERATURA

1. Bijwaard E. Govert, Janssen C. W. Maarten, Maasland Emiel: Early Mover Advantages. Rotterdam : Erasmus University Rotterdam, 2004. 26 str.
2. Birke Daniel: Network effects in mobile telecommunications. Nottingham : University of Nottingham, 2005. 29 str.
3. Debelak Veronika: Razvoj telekomunikacijskih storitev v Sloveniji. Diplomsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2002. 44 str.
4. Doyle Chris, Prosperetti Luigi, Cave Martin: Where are we going? Technologies, markets and long-range public policy issues in European communications. Warwick : University of Warwick, 2006. 13 str.
5. Economides Nicholas, Flyer Fredrick: Compatibility and Market Structure for Network Goods. New York : Stern School of Business, 1998. 40 str.
6. Economides Nicholas: The Microsoft Antitrust Case. Journal of Industry, Competition and Trade, Hingham, 1 (2001), 1, str. 7-39.
7. Economides Nicholas: Competition Policy in Network Industries. New York : Stern School of Business, 2004. 25 str.
8. Fink Carsten: An assessment of telecommunications reform in developing countries. Washington : World Bank, Development Research Group, 2003. 23 str.
9. Gual Jordi: Market Definition in Telecoms Industry. Barcelona : University of Navarra, 2003. 27 str.
10. Hope C. Heidrun, Lehmann-Grube Ulrich: Second-mover Advantages in Dynamic Quality Competition. Hamburg : Universitat Hamburg, 2001. 21 str.
11. Ki Kim Jin: Competition Measurmentof Mobile Telecommunications Market. New York : State Universtity of New York, 2005. 3 str.
12. Kmet Rotija: Razvoj informacijske družbe v Evropi in Sloveniji. Delovni zvezki urada za makroekonomske analize in razvoj. Ljubljana : Urad Republike Slovenije za makroekonomske analize in razvoj, 2001. 57 str.
13. Kočever Gregor: Analiza zakona o telekomunikacijah v luči vstopa podjetij na trg telekomunikacij v Sloveniji. Diplomsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2001. 46 str.
14. Kump Nataša, Bešter Janez: Trg telekomunikacij v Sloveniji z vidika politike varstva konkurence. Ljubljana : Inštitut za ekonomska raziskovanja, 2004. 136 str.
15. Pečnik Viljem: Razvoj trga mobilnih telekomunikacij v Sloveniji. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2004. 49 str.
16. Preiskel Ronnie, Higham Nicholas: Liberalization of Telecommunications Infrastructure and Cable Television Networks. The European Commission's Green Paper. B.k., 1995. 10 str.
17. Selič Aleš: Elektrogospodarstvo in trg elektronskih komunikacij v Sloveniji. Magistrsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2005. 122 str.

18. Smirnov Vladimir, Wait Andrew: Second-mover advantage in market entry game. Sydney : University of Sydney, 2004. 28 str.
19. Tajnikar Maks: Mikroekonomija s poglavij iz teorije cen. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1996. 461 str.
20. Tošić Predrag: Prikaz razvoja mobilnih telekomunikacij v novih državah članicah. Diplomsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2004. 42 str.
21. Trkman Peter: Telecommunications Regulation In Europe – Advantages And Pitfalls Of Price Regulation. The 2004 International Business & Economics Research Conference, Las Vegas : The Ciber Institute, 2004. 9 str.
22. Valančič Bojan: Liberalizacija in privatizacija telekomunikacijskega sektorja v Sloveniji. Magistrsko delo. Ljubljana : Ekonomska Fakulteta, 1998. 110 str.
23. Zhao Yun: The ITU and national regulatory authorities in the era of liberalization. Hong Kong : Hong Kong School of Law, 2002. 7 str.
24. Wallstein Scott: An Econometric Analysis of Telecom Competition, Privatization, and Regulation in Africa and Latin America. The Journal of Industrial Economics. B.k., Blackwell Publishing, 2001. 19 str.

VIRI

1. Agencija podelila frekvence. 24ur.com. [URL: http://213.250.2.176/bin/article.php?article_id=3080614], 20.9.2006.
2. Letno poročilo 1999. Ljubljana: Mobitel d.d., 2000, 22 str.
3. Letno poročilo 2000. Ljubljana: Mobitel d.d., 2001, 52 str.
4. Letno poročilo 2000. Ljubljana: Simobil d.d., 2001, 29 str.
5. Letno poročilo 2001. Ljubljana: Mobitel d.d., 2002, 16 str.
6. Letno poročilo 2001. Ljubljana: Simobil d.d., 2002, 31 str.
7. Letno poročilo 2002. Ljubljana: Mobitel d.d., 2003, 12 str.
8. Letno poročilo 2002. Ljubljana: Simobil d.d., 2003, 32 str.
9. Letno poročilo 2003. Ljubljana: Mobitel d.d., 2004, 14 str.
10. Letno poročilo 2003. Ljubljana: Simobil d.d., 2004, 30 str.
11. Letno poročilo 2004. Ljubljana: Mobitel d.d., 2005, 14 str.
12. Letno poročilo 2004. Ljubljana: Simobil d.d., 2005, 30 str.
13. Letno poročilo 2005. Ljubljana: Mobitel d.d., 2006, 14 str.
14. Letno poročilo 2005. Ljubljana: Simobil d.d., 2006, 55 str.
15. Mobilna telefonija, Mednarodne primerjave. RIS - Raba Interneta v Sloveniji. [URL: <http://www.ris.org/index.php?fl=0&p1=276&p2=621&p3=&p4=638&id=1064>], 1.9.2006.
16. Mobilne generacije. Mobitel d.d.. [URL: <http://www.mobitel.si/slo/Mobilnegeracije/3generacija/default.asp>], 21.10.2006.

17. Mobitel ni zlorabil položaja. 24ur.com. [URL: http://24ur.com/bin/article.php?article_id=3066589], 21.12.2005.
18. Na APEK prispele 3 ponudbe za UMTS. RTVSLO. [URL: http://www.rtvsl.si/modload.php?&c_mod=rnews&op=sections&func=read&c_menu=9&c_id=118877], 4.9.2006.
19. Nastanek in razvoj. Mobitel d.d.. [URL: <http://www.mobitel.si/slo/Opodjetju/Nastanekinrazvoj/Default.asp>], 13.9.2006
20. Obvestilo Komisije o uporabi pravil o konkurenci v poštnem sektorju in o ceni nekaterih državnih ukrepov v zvezi s poštnimi storitvami (98/C 39/02). Evropska komisija. [URL: [http://europa.eu.int/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplus!prod!CELEXnu%20mdoc&lg=SL&numdoc=31998Y0206\(01\)](http://europa.eu.int/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplus!prod!CELEXnu%20mdoc&lg=SL&numdoc=31998Y0206(01))], 12.10.2006.
21. Od države zahtevajo 42 milijard SIT. 24ur.com. [URL: http://24ur.com/naslovnica/gospodarstvo/20041026_2047920.php?Rxn=10], 26.10.2004.
22. Penetracija mobilne telefonije v Sloveniji preko 100 %. RIS - Raba Interneta v Sloveniji: [URL: <http://www.ris.org/index.php?fl=1&nt=9&p1=276&p2=621&p3=&p4=638&iid=653&sid=374>], 2.9.2006.
23. Pokritost Slovenije. Mobitel d.d.. [URL: <http://www.mobitel.si/slo/Ponudba/GSMnarocniki/OMobitelGSM/Osnovnipodatki/default.asp>], 8.10.2006.
24. Polletno poročilo razvoja trga elektronskih komunikacij v Sloveniji. Ljubljana : APEK, 12.10.2006. 17 str.
25. Povzetek dejstev urada za varstvo konkurence pristranski. Mladina On-line. [URL: <http://www.mladina.si/dnevnik/58724/>], 4.2.2006.
26. Predlog Zakona o elektronskih komunikacijah. Državni zbor RS. [URL: [http://mid.gov.si/mid/mid.nsf/V/K5C211BA65C03762EC1256E52004FFFFF5/\\$file/ZEK_uvod_dokonca_razlicica_04032004.pdf](http://mid.gov.si/mid/mid.nsf/V/K5C211BA65C03762EC1256E52004FFFFF5/$file/ZEK_uvod_dokonca_razlicica_04032004.pdf)], 4.3.2004.
27. Spletna stran podjetja Mobitel. [URL: <http://www.mobitel.si>]
28. Spletna stran podjetja Simobil. [URL: <http://www.simobil.si>]
29. Spletna stran podjetja Vega. [URL: <http://www.vega070.com>]
30. Splošni akt o določitvi upoštevni trgov (Uradni list RS, št. 77/2004).
31. Statistični letopis RS 2002. Ljubljana : Statistični urad RS, 2002. 652 str.
32. Statistični letopis RS 2003. Ljubljana : Statistični urad RS, 2003. 660 str.
33. Štirje za GSM 1800. Delo, Ljubljana, 10.10.2000, str. 15.
34. Telekom gre v celoti. 24ur.com. [URL: http://213.250.2.176/bin/article.php?article_id=3081631], 6.10.2006.
35. The Myth of The First Mover Advantage. Siliconvalley.internet.com. [URL: http://siliconvalley.internet.com/news/article.php/3541_333311], 5.4.2000.
36. Vega na Urad za varstvo konkurence. Dnevnik, Ljubljana, 20.5.2003.

37. Vega prejela odgovor ministrstva. Siol. [URL: http://www.siol.net/novice/default.asp?page_id=53&article_id=15305110916513326], 9.11.2005.
38. Vega prijavila Mobitel. Finance, Ljubljana, 23.4.2003.
39. Vega zavrača asimetrijo. Delo, Ljubljana, 26.11.2003.
40. Vegi napovedujejo skorajšnji konec, Coustaury zanika. Finance, Ljubljana, 31.7.2003.
41. Veseli Simobil, kujajoča se Vega. Finance, Ljubljana, 5.11.2003.
42. Vlada se je odločila – Vegi ne bo plačala odškodnine. Dnevnik-online. [URL: <http://poslovni.dnevnik.si/clanek.asp?id=123140>], 10.11.2006.
43. WWI zahteva 42 milijard. Siol. [URL: http://www.siol.net/novice/default.asp?page_id=4&article_id=1404102615482868], 26.10.2004.
44. Za UMTS Mobitel, Simobil in T2. Delo. [URL: http://www.delo.si/index.php?sv_path=41,36,156904], 1.9.2006.
45. Zakon o elektronskih komunikacijah (Uradni list RS, št. 43/2004).
46. Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence (Uradni list RS, št. 99/2004).
47. Zakon o telekomunikacijah (Uradni list RS, št. 30/2001).
48. Zakon o telekomunikacijah (Uradni list RS, št. 35/1997).

SLOVAR TUJIH IZRAZOV S SLOVENSKIM PREVODOM

Kratica	Tuj izraz	Slovenska razlaga
	Call Termination	Zaključevanje klicev
CR4	Four Firm Ratio	Kazalnik koncentracije štirih podjetij
CSD	Circuit Switched Data	Prenos podatkov prek klicne povezave
EDGE	Enhanced Data rates for Global Evolution	Napredna storitev prenosa podatkov
EU	European Union	Evropska Unija
	First-mover advantage	Prednost prvega koraka
GATS	General Agreement on Tariffs in Services	Splošni sporazum o trgovini s storitvami
GPRS	General Packet Radio Service	Paketni prenos podatkov
GSM	Global System for Mobile communication	Globalni sistem mobilnih komunikacij
HSCSD	High Speed Circuit Switched Data	Hitri prenos podatkov preko klicne povezave
IT	Information Technology	Informacijske tehnologije
MVPN	Mobile Virtual Private Network	Mobilno virtualno zasebno omrežje
NMT	Nordic Mobile Telecommunications	Nordijske mobilne telekomunikacije
	Off-net	Klici v druga omrežja
	On-net	Klici v lastno omrežje
	Prepaid	Predplačniški
	Second-mover advantage	Prednost drugega koraka
	SMS Short Message Service	Kratka tekstovna sporočila
UMTS	Universal Mobile Telecommunications System	Univerzalni mobilni telekomunikacijski sistem
VHM	Virtual Home Environment	Navidezno domače okolje
VMS	Voice Mail Service	Storitev telefonski predal
WLAN	Wireless Local Area Network	Brezžično lokalno omrežje
WTO	World Trade Organization	Svetovna trgovinska organizacija