



Hrvatska agencija za poštu i elektroničke komunikacije  
Jurišićeva 13  
10 000 Zagreb

**ANALIZA TRŽIŠTA JAVNO DOSTUPNE  
TELEFONSKE USLUGE U MJESNOM  
I/ILI MEĐUMJESNOM PROMETU KOJA  
SE PRUŽA NA FIKSNOJ LOKACIJI ZA  
PRIVATNE KORISNIKE**

svibanj 2011.

## **-SADRŽAJ-**

<b>1. SAŽETI PREGLED DOKUMENTA (ENG. EXECUTIVE SUMMARY).....</b>	<b>1</b>
<b>2. UVOD.....</b>	<b>4</b>
2.1. EUROPSKI REGULATORNI OKVIR ZA ELEKTRONIČKE KOMUNIKACIJE.....	4
2.2. ZAKON O ELEKTRONIČKIM KOMUNIKACIJAMA .....	5
2.3. KRONOLOŠKI SLIJED AKTIVNOSTI .....	7
<b>3. UTVRĐIVANJE MJERODAVNOG TRŽIŠTA .....</b>	<b>11</b>
<b>4. ODREĐIVANJE MJERODAVNOG TRŽIŠTA.....</b>	<b>12</b>
4.1. TRENUTNI STATUS OPERATORA SA ZNATNIJOM TRŽIŠNOM SNAGOM NA TRŽIŠTU USLUGA NEPOKRETNIH JAVNIH TELEFONSKIH MREŽA .....	12
4.2. MJERODAVNO TRŽIŠTE U DIMENZIJI USLUGA.....	13
4.2.1. Zamjenske usluge pozivima iz nepokretnih komunikacijskih mreža .....	14
b) Pozivi putem usluge odabira i predodabira operatora (CS/CPS pozivi).....	16
na strani potražnje .....	16
na strani ponude .....	16
4.2.2. Određivanje tržišta prema vrstama poziva .....	18
4.2.3. Privatni i poslovni korisnici.....	23
4.3. MJERODAVNO TRŽIŠTE U ZEMLJOPISNOJ DIMENZIJI .....	24
4.4. STAJALIŠTE NADLEŽNOG REGULATORNOG TIJELA O ODREĐIVANJU MJERODAVNOG TRŽIŠTA .....	25
<b>5. PROCJENA POSTOJANJA OPERATORA SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM... 27</b>	<b>27</b>
5.1. CILJ I PREDMET ANALIZE MJERODAVNOG TRŽIŠTA.....	27
5.2. ANALIZA PODATAKA NA TRŽIŠTU JAVNO DOSTUPNE TELEFONSKE USLUGE U MJESNOM I/ILI MEĐUMJESNOM PROMETU KOJA SE PRUŽA NA FIKSNOJ LOKACIJI ZA PRIVATNE KORISNIKE 28	
5.2.1. Tržišni udjel operatora na mjerodavnom tržištu .....	28
5.2.2. Nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke zapreke razvoju infrastrukturne konkurencije .....	32
5.2.3. Stupanj vertikalne integracije .....	33
5.2.4. Ekonomije razmjera .....	33
5.2.5. Ekonomije opsega.....	34
5.2.6. Stupanj diverzifikacije proizvoda ili usluga .....	34
5.3. ZAKLJUČAK O PROCJENI POSTOJANJA OPERATORA SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM I OCJENA DJELOTVORNOSTI TRŽIŠNOG NATJECANJA .....	35
<b>6. PREPREKE RAZVOJU DJELOTVORNOG TRŽIŠNOG NATJECANJA.....</b>	<b>37</b>

6.1. UVOD.....	37
6.1.1. Tržišna dimenzija prepreka razvoju tržišnog natjecanja .....	38
6.1.2. Uzročno posljedična dimenzija prepreka razvoju tržišnog natjecanja.....	39
6.1.3. Pregled prepreka razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja prepoznatih u europskoj praksi40	
6.2. PREPREKE RAZVOJU DJELOTVORNOG TRŽIŠNOG NATJECANJA NA TRŽIŠTU JAVNO DOSTUPNE TELEFONSKE USLUGE U MJESNOM I/ILI MEĐUMJESNOM PROMETU KOJA SE PRUŽA NA FIKSNOJ LOKACIJI ZA PRIVATNE KORISNIKE .....	41
6.2.1. Prepreke razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike koje su posljedica iskorištavanja statusa operatora sa značajnom tržišnom snagom HT-a .....	42
6.2.1.1. Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage .....	42
6.2.1.2. Značajna tržišna snaga na jednom tržištu .....	43
6.2.1.2.1. Otežavanje ulaska primjenom ekonomije razmjera i/ili opsega.....	43
6.2.1.2.2. Iskorištavanje korisnika .....	44
6.2.1.2.3. Ostale prepreke razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja .....	44
6.2.2. Prepreke razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike koje su posljedica određenih ponašanja Iskon Interneta kao poveznog društva HT-a.....	45
6.2.2.1. Značajna tržišna snaga na jednom tržištu .....	45
6.2.2.1.1. Otežavanje ulaska .....	45
6.2.2.1.2. Ostale prepreke razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja .....	45
<b>7. REGULATORNE OBVEZE OPERATORA SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM... 47</b>	
7.1. REGULATORNA OBVEZA NADZORA MALOPRODAJNIH CIJENA USLUGA ODREĐENA HT-U KOJA SADRŽI ZABRANU SPRJEČAVANJA ULASKA NA TRŽIŠTA ILI OGRANIČAVANJA DJELOTVORNOG TRŽIŠNOG NATJECANJA NAPLAĆIVANJEM PRENISKIH CIJENA USLUGA.....	48
7.1.1. Mjere određene HT-u u svrhu provođenja regulatorne obveze nadzora maloprodajnih cijena usluga .....	48
7.1.1.1. Nadzor pojedinačnih cijena usluga .....	49
7.1.1.2. Troškovna usmjerenost cijena usluga .....	49
7.2. REGULATORNA OBVEZA NADZORA MALOPRODAJNIH CIJENA USLUGA ODREĐENA ISKON INTERNETU (KAO POVEZANOM DRUŠTVU HT-A) KOJA SADRŽI ZABRANU SPRJEČAVANJA ULASKA NA TRŽIŠTE ILI OGRANIČAVANJA DJELOTVORNOG TRŽIŠNOG NATJECANJA NAPLAĆIVANJEM PRENISKIH CIJENA USLUGA .....	50
7.2.1. Mjere određene Iskon Internetu u svrhu provođenja regulatorne obveze nadzora maloprodajnih cijena usluga .....	51
7.2.1.1. Nadzor pojedinačnih cijena usluga .....	51
7.2.1.2. Troškovna usmjerenost cijena usluga .....	52
<b>8. PRILOZI..... 53</b>	
8.1. PRILOG A – MIŠLJENJE AGENCIJE ZA ZAŠTITU TRŽIŠNOG NATJECANJA .....	53

## 1. Sažeti pregled dokumenta (eng. *Executive Summary*)

Europske direktive implementirane su u hrvatsko zakonodavstvo kroz ZEK<sup>1</sup> koji je stupio na snagu 01. srpnja 2008. godine. ZEK, između ostalog, propisuje uvjete obavljanja elektroničkih komunikacijskih mreža i usluga. Primjenom odredaba ZEK-a HAKOM<sup>2</sup> osigurava uvjete za djelotvorno tržišno natjecanje odnosno omogućava jednake uvjete za sve operatore koji djeluju na tržištima elektroničkih komunikacija.

HAKOM je u provedbi postupka analize tržišta, koji je propisan člankom 52. ZEK-a, osobito vodio računa o primjeni mjerodavne Preporuke Europske komisije o mjerodavnim tržištima podložnima prethodnoj (*ex ante*) regulaciji<sup>3</sup> i mjerodavnih Smjernica Europske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage sukladno zajedničkom regulatornom okviru za elektroničke komunikacijske mreže i usluge<sup>4</sup>.

Osnovni cilj postupka analize tržišta jest utvrditi postoji li na određenom tržištu djelotvorno tržišno natjecanje ili na tom tržištu postoji operator ili više operatora koji imaju značajnu ili zajedničku značajnu tržišnu snagu. Na temelju rezultata provedene analize, biti će određene, izmijenjene, zadržane ili ukinute regulatorne obveze navedene u člancima 58. do 65. ZEK-a.

Temeljem članka 53. stavka 2. ZEK-a, HAKOM je, nakon provedenog Testa tri mjerila, utvrdio tržište *javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike* kao mjerodavno tržište podložno prethodnoj regulaciji<sup>5</sup>. Naime, navedeno tržište nije dio mjerodavne Preporuke Europske komisije o mjerodavnim tržištima podložnima prethodnoj regulaciji, što znači da je na istom bilo potrebno provesti Test tri mjerila kako bi se utvrdilo je li podložno prethodnoj regulaciji.

Utvrđivanje mjerodavnog tržišta predstavlja temelj za provođenje analize tržišta, koja se, osim utvrđivanja mjerodavnog tržišta, sastoji od određivanja mjerodavnog tržišta i procjene postojanja jednog ili više operatora sa značajnom tržišnom snagom na tom tržištu te određivanja regulatornih obveza operatorima sa značajnom tržišnom snagom.

Smisao procesa određivanja mjerodavnog tržišta je utvrditi ograničenja odnosno zapreke s kojima se na tržištu suočavaju operatori elektroničkih komunikacijskih mreža. U procesu određivanja mjerodavnog tržišta odnosno granica samog tržišta, HAKOM je, jednako kao i za potrebe određivanja tržišta u svrhu provođenja Testa tri mjerila, odredio dimenziju usluga i zemljopisnu dimenziju mjerodavnog tržišta te na temelju rezultata provedene analize odredio da mjerodavno tržište javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike čine:

- pozivi prema zemljopisnim brojevima (prema nacionalnim nepokretnim mrežama) te;
- pozivi prema brojevima u nacionalnim pokretnim elektroničkim komunikacijskim mrežama,

<sup>1</sup> Zakon o elektroničkim komunikacijama (NN 73/08)

<sup>2</sup> Hrvatska agencija za poštu i elektroničke komunikacije (HAKOM)

<sup>3</sup> OJ L 344/65; 28. prosinca 2007. godine

<sup>4</sup> OJ C 165/6; 11. srpnja 2002. godine

<sup>5</sup> Odluka Vijeća HAKOM-a od 20. travnja 2011. godine (klasa: UP/I-344-01/10-01/457; ur. broj: 376-11/11-16)

neovisno o tome radi li se o standardnoj javno dostupnoj telefonskoj usluzi, pozivima putem usluge odabira i predodabira operatora ili upravljanim VOIP pozivima (kod kojih se prijenos govora pruža putem internetskog protokola i koji u potpunosti prolazi kroz mrežu operatora, a pritom osigurava poseban virtualni kanal za govor).

Nadalje, također jednako kao i prilikom određivanja zemljopisne dimenzije tržišta u svrhu provođenja Testa tri mjerila, HAKOM određuje da je mjerodavno tržište u zemljopisnoj dimenziji za tržište javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike, nacionalni teritorij Republike Hrvatske.

Po određivanju mjerodavnog tržišta, HAKOM je, na temelju analize mjerila potrebnih za procjenu operatora sa značajnom tržišnom snagom iz članka 55. stavka 3. ZEK-a, odredio operatora HT<sup>6</sup> i njegovo povezano društvo Iskon Internet d.d. operatorom sa značajnom tržišnom snagom na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike.

Nakon što je odredio HT i njegovo povezano društvo Iskon Internet operatorom sa značajnom tržišnom snagom, HAKOM je, na temelju prepreka koje se mogu pojaviti na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike, odredio regulatorne obveze HT-u i njegovom povezanom društvu Iskon Internetu, kao operatoru sa značajnom tržišnom snagom. Uzevši u obzir članak 63. stavak 1. ZEK-a, prema kojem HAKOM može odrediti operatorima sa značajnom tržišnom snagom na određenom maloprodajnom tržištu odgovarajuće regulatorne obveze ako na temelju postupka analize tržišta utvrdi da na tom maloprodajnom tržištu nema djelotvornog tržišnog natjecanja te da regulatorne obveze iz članka 58. do 62. i članka 65. ZEK-a ne bi mogle osigurati ostvarivanje regulatornih načela i ciljeva iz članka 5. ZEK-a, HAKOM je odredio HT-u sljedeću regulatornu obvezu:

- obveza nadzora maloprodajnih cijena usluga i zabranu sprječavanja ulaska na tržište ili ograničavanja tržišnog natjecanja određivanjem preniskih cijena usluga.

Nadalje, u svrhu provođenja navedene obveze HT-u su određene sljedeće mjere:

- nadzor pojedinačnih cijena usluga
- troškovna usmjerenost cijena usluga.

Isto tako, HAKOM je odredio regulatornu obvezu na predmetnom tržištu i Iskon Internetu kao povezanom društvu HT-a, kako slijedi:

- obveza nadzora maloprodajnih cijena usluga i zabrana sprječavanja ulaska na tržište ili ograničavanja tržišnog natjecanja određivanjem preniskih cijena usluga.

Iskon Internetu su u svrhu provođenja navedene obveze određene sljedeće mjere:

- nadzor pojedinačnih cijena usluga i
- troškovna usmjerenost cijena usluga.

---

<sup>6</sup> Hrvatski Telekom d.d.



Sukladno članku 54. stavku 5. ZEK-a HAKOM će zatražiti mišljenje Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja. Mišljenje Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja o načinu na koji je HAKOM odredio mjerodavno tržište i utvrdio operatore sa značajnom tržišnom snagom na tom tržištu nalazit će se u poglavlju 8.1. „Prilog A“ ovog dokumenta i bit će dostupno nakon završetka postupka javne rasprave.

## 2. Uvod

### 2.1. Europski regulatorni okvir za elektroničke komunikacije

Europska komisija je u ožujku 2002. godine usvojila četiri direktive koje predstavljaju regulatorni okvir iz 2002. godine na području elektroničkih mreža i komunikacijskih usluga, dok je peta direktiva, koja također predstavlja regulatorni okvir, usvojena je u listopadu 2002. godine. Riječ je o sljedećih 5 direktiva:

- Direktiva 2002/19/EC Europskog parlamenta i Vijeća od 07. ožujka 2002. godine o pristupu i međupovezivanju elektroničkih komunikacijskih mreža i pripadajućih dodatnih usluga („*Direktiva o pristupu*“),
- Direktiva 2002/20/EC Europskog parlamenta i Vijeća od 07. ožujka 2002. godine o ovlaštenju na području elektroničkih komunikacijskih mreža i usluga („*Direktiva o ovlaštenju*“),
- Direktiva 2002/21/EC Europskog parlamenta i Vijeća od 07. ožujka 2002. godine o zajedničkom regulatornom okviru za elektroničke komunikacijske mreže i usluge („*Okvirna direktiva*“),
- Direktiva 2002/22/EC Europskog parlamenta i Vijeća od 07. ožujka 2002. godine o univerzalnoj usluzi i pravima korisnika vezanim uz elektroničke komunikacijske mreže i usluge („*Direktiva o univerzalnoj usluzi*“),
- Direktiva 2002/58/EC Europskog parlamenta i Vijeća o obradi osobnih podataka i zaštiti privatnosti u elektroničkom komunikacijskom sektoru („*Direktiva o privatnosti u elektroničkim komunikacijama*“).

Intencija direktiva Europske komisije jest promicanje harmonizacije u području elektroničkih komunikacija u svim članicama Europske unije.

Na temelju prvog odlomka članka 15. Okvirne direktive (Direktiva 2002/21/EC), Europska komisija je usvojila:

- Preporuku (2003/311/EC) od 11. veljače 2003. godine o mjerodavnim tržištima na području elektroničkih komunikacija podložnima prethodnoj regulaciji<sup>7</sup>, koja je bila na snazi do prosinca 2007. godine te je zamijenjena
- Preporukom (2007/879/EC) od 17. prosinca 2007. godine o mjerodavnim tržištima na području elektroničkih komunikacija podložnima prethodnoj regulaciji.

Preporuka iz veljače 2003. godine je sadržavala 18 tržišta podložnih prethodnoj regulaciji što znači da je Europska komisija zaključila da su na tim tržištima istodobno zadovoljena tri mjerila (Test tri mjerila), te na taj način utvrdila da su navedena tržišta podložna prethodnoj regulaciji u većini zemalja Europske unije. Navedena Preporuka o mjerodavnim tržištima izmijenjena je na način da umjesto 18 mjerodavnih tržišta, na temelju nove Preporuke o mjerodavnim tržištima iz prosinca 2007. godine, postoji 7 mjerodavnih tržišta koja su podložna prethodnoj regulaciji. Tržišta koja više nisu sastavni dio važeće Preporuke o mjerodavnim tržištima, nacionalna regulatorna tijela i dalje mogu regulirati, ali na način da dokažu da su na tim tržištima istodobno zadovoljena tri mjerila (Test tri mjerila).

<sup>7</sup> OJ L 114/45; 08. svibnja 2003. godine

Intencija Preporuke o mjerodavnim tržištima jest promicanje harmonizacije u području elektroničkih komunikacija na način da isti proizvodi i usluge budu predmet analize tržišta u svim članicama Europske unije. Međutim, nacionalna regulatorna tijela zemalja članica su ovlaštena i sama utvrditi da su pojedina tržišta, koja se razlikuju od popisa tržišta iz važeće Preporuke, podložna prethodnoj regulaciji, ovisno o prilikama u svakoj pojedinoj zemlji i uz uvjet da se dokaže da su na tim tržištima istodobno zadovoljena tri mjerila (Test tri mjerila).

## 2.2. Zakon o elektroničkim komunikacijama

Prethodno spomenute direktive implementirane su u hrvatsko zakonodavstvo kroz ZEK, koji je stupio na snagu 01. srpnja 2008. godine. ZEK, između ostalog, propisuje uvjete obavljanja elektroničkih komunikacijskih mreža i usluga. HAKOM, primjenom odredaba ZEK-a, osigurava uvjete za djelotvorno tržišno natjecanje odnosno omogućava jednake uvjete za sve operatore koji djeluju na tržištima elektroničkih komunikacija.

U provedbi postupka analize tržišta, koji je propisan člankom 52. ZEK-a, HAKOM osobito vodi računa o primjeni mjerodavne Preporuke Europske komisije (2007/879/EC) od 17. prosinca 2007. godine o mjerodavnim tržištima podložnima prethodnoj regulaciji i o mjerodavnim Smjernicama Europske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage sukladno zajedničkom regulatornom okviru za elektroničke komunikacijske mreže i usluge.

Osnovni cilj postupka analize tržišta je utvrditi postoji li na određenom tržištu djelotvorno tržišno natjecanje ili na tom tržištu postoji operator ili više operatora koji imaju značajnu ili zajedničku značajnu tržišnu snagu na mjerodavnom tržištu. Na temelju rezultata provedene analize ili Testa tri mjerila bit će određene, zadržane, izmijenjene ili ukinute regulatorne obveze navedene u člancima od 58. do 65. ZEK-a.

Regulatorni okvir iz 2002. godine, koji je implementiran u zemljama Europske unije i u hrvatskom zakonodavstvu kroz ZEK, propisuje postupak analize tržišta u tri koraka:

1. *Prvi korak predstavlja proces utvrđivanja mjerodavnih tržišta podložnih prethodnoj (ex ante) regulaciji u skladu s člankom 53. ZEK-a.*

Na temelju prvog odlomka članka 15. Okvirne direktive (Direktiva 2002/21/EC), Europska komisija je usvojila Preporuku od 11. veljače 2003. godine o mjerodavnim tržištima na području elektroničkih komunikacija podložnima prethodnoj regulaciji. Navedena mjerodavna Preporuka sadržavala je 18 tržišta koja su bila podložna prethodnoj regulaciji što znači da je Europska komisija zaključila da su na mjerodavnim tržištima istodobno zadovoljena tri mjerila (Test tri mjerila), te na taj način utvrdila da su mjerodavna tržišta podložna prethodnoj regulaciji u većini zemalja Europske unije.

Prethodna Preporuka o mjerodavnim tržištima zamijenjena je usvajanjem nove Preporuke od 17. prosinca 2007. godine o mjerodavnim tržištima na području elektroničkih komunikacija podložnima prethodnoj regulaciji, na način da umjesto prvotnih 18 mjerodavnih tržišta postoji 7 mjerodavnih tržišta koja su podložna prethodnoj regulaciji. Tržišta koja uslijed navedene izmjene više nisu sastavni dio važeće Preporuke o mjerodavnim tržištima, nacionalna regulatorna tijela i dalje mogu regulirati, ukoliko dokažu da su na tim tržištima zadovoljena tri mjerila (Test tri mjerila).



ZEK je u Republici Hrvatskoj stupio na snagu 01. srpnja 2008. godine, a u članku 52. stavku 4. je navedeno da će, u provedbi postupka utvrđivanja mjerodavnih tržišta podložnih prethodnoj regulaciji, HAKOM osobito voditi računa o primjeni mjerodavne Preporuke Europske komisije o mjerodavnim tržištima. Obzirom da je mjerodavna Preporuka o mjerodavnim tržištima stupila na snagu 28. prosinca 2007. godine i sadrži 7 tržišta podložnih prethodnoj regulaciji, HAKOM je u mogućnosti, bez dokazivanja kumulativnog zadovoljenja tri mjerila (Test tri mjerila), prethodno regulirati samo tih 7 tržišta.

Isto tako, u skladu s člankom 53. stavkom 2. ZEK-a, HAKOM može odlukom utvrditi da su i druga mjerodavna tržišta, osim mjerodavnih tržišta iz preporuke Europske komisije, podložna prethodnoj regulaciji, ako su na tim tržištima istodobno zadovoljena sljedeća tri mjerila:

1. prisutnost visokih i trajnih zapreka za ulazak na tržište, strukturne, pravne ili regulatorne prirode;
2. struktura tržišta koja ne teži razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja unutar odgovarajućeg vremenskog okvira;
3. primjena mjerodavnih propisa o zaštiti tržišnog natjecanja sama po sebi ne omogućuje na odgovarajući način uklanjanja nedostataka na tržištu.

Dakle, u slučaju kada su istodobno zadovoljena sva tri mjerila iz članka 53. stavka 2. ZEK-a, HAKOM je u mogućnosti prethodno regulirati preostalih 11 tržišta koja su bila sastavni dio stare Preporuke o mjerodavnim tržištima. Isto tako, HAKOM je, u slučaju da su istodobno zadovoljena sva tri mjerila iz članka 53. stavka 2. ZEK-a, u mogućnosti prethodno regulirati i tržišta koja proizlaze iz ZOT-a<sup>8</sup> ili bilo koja druga tržišta koja su specifična za područje elektroničkih komunikacijskih mreža i usluga u Republici Hrvatskoj, a ne proizlaze iz stare Preporuke o mjerodavnim tržištima ili ZOT-a.

S obzirom da je tržište „*javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike*“ bilo smješteno na trećem mjestu stare Preporuke te da isto nije sastavni dio nove Preporuke o mjerodavnim tržištima, HAKOM može prethodno regulirati navedeno tržište jedino u slučaju da su istodobno zadovoljena tri mjerila iz članka 53. stavka 2. ZEK-a.

U slučaju da su zadovoljena prethodno navedena tri mjerila, HAKOM će provesti postupak analize tržišta sukladno ZEK-u.

2. *U drugom koraku HAKOM provodi analizu tržišta koja se sastoji od određivanja mjerodavnog tržišta i procjene postojanja jednog ili više operatora sa značajnom tržišnom snagom u svrhu ocjene djelotvornosti tržišnog natjecanja na tom mjerodavnom tržištu u skladu s člankom 54. ZEK-a i člankom 55. ZEK-a.*

U svrhu određivanja mjerodavnog tržišta, prema članku 54. ZEK-a, HAKOM utvrđuje dimenziju usluga i zemljopisnu dimenziju tržišta, vodeći osobito računa o mjerodavnim Smjernicama Europske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage,

<sup>8</sup> Zakon o telekomunikacijama koji je u Republici Hrvatskoj bio na snazi do 30. lipnja 2008. godine, a temeljio se na regulatornom okviru iz 1998. godine. Navedeni Zakon prepoznavao je 4 mjerodavna tržišta: tržište usluga nepokretnih javnih telefonskih mreža, tržište međusobnog povezivanja, tržište iznajmljenih telekomunikacijskih vodova i tržište javne govorne usluge u pokretnim telekomunikacijskim mrežama.

sukladno zajedničkom regulatornom okviru za elektroničke komunikacijske mreže i usluge, te o mjerodavnoj pravnoj stečevini Europske unije iz područja tržišnog natjecanja.

Po određivanju mjerodavnog tržišta u objema navedenim dimenzijama, HAKOM će, u suradnji s Agencijom za zaštitu tržišnog natjecanja, ocijeniti djelotvornost tržišnog natjecanja na tom tržištu.

Nakon ocjene djelotvornosti tržišnog natjecanja na tom tržištu HAKOM će, u slučaju nedostatka djelotvornog tržišnog natjecanja, a sukladno članku 55. ZEK-a, procijeniti postoji li na tom mjerodavnom tržištu operator sa značajnom tržišnom snagom ili operatori sa zajedničkom značajnom tržišnom snagom.

3. *Ukoliko kroz analizu tržišta utvrdi nedostatnu djelotvornost tržišnog natjecanja na mjerodavnom tržištu, HAKOM će u trećem koraku donijeti, u skladu s člankom 56. ZEK-a, odluku o određivanju operatora sa značajnom tržišnom snagom na tom mjerodavnom tržištu, kojom će svakom operatoru sa značajnom tržišnom snagom odrediti najmanje jednu regulatornu obvezu iz članka 58. do 65. ZEK-a.*

### 2.3. Kronološki slijed aktivnosti

Vijeće HAKOM-a je, na sjednici održanoj 12. ožujka 2010. godine donijelo Odluku<sup>9</sup> kojom se tržište pristupa javnoj komunikacijskoj mreži na fiksnoj lokaciji za privatne i poslovne korisnike utvrđuje tržištem podložnim prethodnoj regulaciji, Odluku<sup>10</sup> kojom su određeni operatori koji su obvezni dostaviti sve potrebne podatke za određivanje i analizu tržišta pristupa javnoj komunikacijskoj mreži na fiksnoj lokaciji za privatne i poslovne korisnike te Odluku<sup>11</sup> kojom su određeni operatori koji su obvezni dostaviti sve potrebne podatke za utvrđivanje tržišta javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike, tržišta javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za poslovne korisnike, tržišta javno dostupne telefonske usluge u međunarodnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike i tržišta javno dostupne telefonske usluge u međunarodnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za poslovne korisnike.

Navedenim odlukama, Vijeće HAKOM-a je odredilo da su sljedeći operatori<sup>12</sup> obvezni dostaviti sve potrebne podatke:

- Akton d.o.o., Bani 75, Buzin, 10010 Zagreb,
- Amis Telekom d.o.o., Bani 75, 10010 Zagreb,
- B.Net Hrvatska d.o.o., Avenija Dubrovnik 16, 10020 Zagreb,
- Brzi-net d.o.o., Vukovarska cesta 33, 42209 Sracinec,
- BT Net d.o.o., Dubravkin trg 5, 10000 Zagreb,
- Fenice Telekom d.o.o., Gornja Vežica 16a, 51000 Rijeka,
- H1 Telekom d.d., Put Tršćenice 10, 21000 Split,
- Hrvatski Telekom d.d.<sup>13</sup>, Savska cesta 32, 10000 Zagreb,

<sup>9</sup> klasa: UP/I-344-01/10-01/456; ur. broj: 376-11-10-01

<sup>10</sup> klasa: UP/I-344-01/10-01/456; ur. broj: 376-11-10-02

<sup>11</sup> klasa: UP/I-344-01/10-01/457; ur. broj: 376-11-10-01

<sup>12</sup> Operatori su poredani abecednim redom

<sup>13</sup> Pravni slijednik tvrtke HT-Hrvatske telekomunikacije d.d. Upis u sudski registar izvršen je 20. svibnja 2010.g.

- IBM Hrvatska d.o.o., Miramarska 23, 10000 Zagreb,
- Iskon Internet d.d., Garićgradska 18, 10000 Zagreb,
- Magić telekom d.o.o., Koprivnička 17/c, 42230 Ludbreg,
- Metronet plavi d.o.o., Ulica grada Vukovara 269/d, Zagreb,
- Metronet telekomunikacije d.d., Ulica grada Vukovara 269/d, 10000 Zagreb,
- Nexcom d.o.o., Trnjanska 45, 10000 Zagreb,
- Novi net d.o.o., Merhatovec 5, 40314 Selnica,
- OT – Optima Telekom d.d., Bani 75/a Buzin, 10010 Zagreb,
- Primatel d.o.o., Dubravkin trg 5, 10000 Zagreb,
- Red Telekom d.o.o., Kupjačka 9, 10000 Zagreb,
- Selec d.o.o., V. Ruždjaka 9c, 10000 Zagreb,
- Softnet d.o.o., Cebini 37/2, 10000 Zagreb
- T-2 d.o.o., Hektorovićeve 2, 10000 Zagreb,
- Telenet d.o.o., Vlaška 75b, 10000 Zagreb,
- Vipnet d.o.o., Vrtni put 1, 10000 Zagreb,
- Voljatelj telekomunikacije d.o.o., Radnička cesta 48/1, 10000 Zagreb

Uzevši u obzir ZOT i ZEK koji se temelji na mjerodavnoj Preporuci Europske komisije o mjerodavnim tržištima podložnima prethodnoj regulaciji, na maloprodajnoj razini u nepokretnim elektroničkim komunikacijskim mrežama<sup>14</sup> postoje četiri tržišta vezana uz javno dostupnu telefonsku uslugu i to:

- tržište javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike,
- tržište javno dostupne telefonske usluge u međunarodnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike,
- tržište javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za poslovne korisnike i
- tržište javno dostupne telefonske usluge u međunarodnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za poslovne korisnike.

U skladu s navedenim, a s ciljem prikupljanja svih potrebnih podataka, HAKOM je, na temelju vlastitih pretpostavki i iskustava iz zemalja Europske unije, izradio jedinstveni upitnik za operatore koji pružaju javno dostupnu telefonsku uslugu na fiksnoj lokaciji privatnim i poslovnim korisnicima kao i pristup javnoj komunikacijskoj mreži na fiksnoj lokaciji u svrhu pružanja javno dostupne telefonske usluge. Navedeni upitnik sastoji se od dva dijela, a isti sadrže sve potrebne podatke za provođenje postupaka iz članka 53. stavka 2. ZEK-a i članka 54. ZEK-a., te je iz samih upitnika razvidno u svrhu kojeg će se postupka podaci koristiti (utvrđivanje mjerodavnih tržišta podložnih prethodnoj regulaciji ili određivanje i analiza mjerodavnih tržišta podložnih prethodnoj regulaciji). Prvi dio upitnika se odnosi na uslugu pristupa javnoj komunikacijskoj mreži na fiksnoj lokaciji, a drugi dio se odnosi na javno dostupnu telefonsku uslugu. Podaci traženi u navedenom upitniku odnose se na razdoblje koje obuhvaća drugo polugodište 2006. godine, cijelu 2007., 2008. i 2009. godinu (podaci su zatraženi na šestomjesečnoj bazi).

S obzirom da je HAKOM, osim na temelju vlastitih pretpostavki i iskustava iz zemalja Europske unije, želio izraditi upitnike i u suradnji s operatorima nepokretnih mreža, 25.

<sup>14</sup> dalje u tekstu: nepokretne mreže

veljače 2010. godine u prostorijama HAKOM-a je održan sastanak na kojem se pojasnio upitnik i zatraženi komentari operatora. Na sastanak su bili pozvani svi gore navedeni operatori nepokretnih mreža.

HAKOM je 19. ožujka 2010. godine, a sukladno odluci Vijeća HAKOM-a od 12. ožujka 2010. godine, operatorima nepokretnih mreža poslao upitnik te odredio rok dostave ispunjenog upitnika, u pisanom i elektroničkom obliku, do 30. travnja 2010. godine. Operatori su dostavili podatke kako je navedeno u Tablici 1.

**Tablica 1.** Zaprimanje upitnika - po operatoru

<b>Red. Broj</b>	<b>NAZIV OPERATORA (operatori nepokretnih mreža)</b>	<b>Datum primitka ispunjenog upitnika</b>
1.	Akton d.o.o.	Nije dostavio podatke
2.	Amis Telekom d.o.o.	03. svibnja 2010.
3.	B.Net Hrvatska d.o.o.	27. travnja 2010.
4.	Brzi-net d.o.o. <sup>15</sup>	30. ožujka 2010.
5.	BT Net d.o.o.	17. svibnja 2010.
6.	Fenice Telekom d.o.o.	Nije dostavio podatke
7.	H1 Telekom d.d.	19. svibnja 2010.
8.	Hrvatski Telekom d.d. <sup>16</sup>	18. svibnja 2010.
9.	IBM Hrvatska d.o.o.	20. travnja 2010.
10.	Iskon Internet d.d.	17. svibnja 2010.
11.	Magić telekom d.o.o.	30. travnja 2010.
12.	Metronet plavi d.o.o.	21. svibnja 2010.
13.	Metronet telekomunikacije d.d.	21. svibnja 2010.
14.	Nexcom d.o.o.	29. ožujka 2010.
15.	Novi net d.o.o.	04. lipnja 2010.
16.	OT – Optima Telekom d.d. <sup>17</sup>	11. svibnja 2010.
17.	Primatel d.o.o.	Nije dostavio podatke
18.	Red Telekom d.o.o.	Nije dostavio podatke
19.	Selec d.o.o.	28. lipnja 2010.
20.	Softnet d.o.o.	14. travnja 2010.
21.	T-2 d.o.o.	23. travnja 2010.
22.	Telenet d.o.o.	06. svibnja 2010.
23.	Vipnet d.o.o.	03. svibnja 2010.

<sup>15</sup> Operatori Brzi-net d.o.o., BT Net d.o.o., IBM Hrvatska d.o.o., Metronet plavi d.o.o., Nexcom d.o.o., Selec d.o.o., Softnet d.o.o., T-2 d.o.o i Telenet d.o.o. su izjavili kako, u razdoblju koje je obuhvaćeno upitnikom, nisu nudili usluge za koje se tražila dostava podataka

<sup>16</sup> HT je 21. travnja 2010. godine zatražio produljenje roka za dostavu podataka što mu je i odobreno

<sup>17</sup> Optima je 03. svibnja 2010. godine zatražila produljenje roka za dostavu podataka što joj je i odobreno

24.

Voljatelj telekomunikacije d.o.o.

03. svibnja 2010.

HAKOM je, po primitku upitnika, započeo provođenje Testa tri mjerila na svim mjerodavnim tržištima javno dostupne telefonske usluge koja se pruža na fiksnoj lokaciji.

Nakon provedenog postupka Testa tri mjerila, Vijeće HAKOM-a je 26. siječnja 2011.g. donijelo prijedlog odluke o utvrđivanju *tržišta javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike* podložnim prethodnoj regulaciji, zajedno s dokumentom „*Tržište javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike - Prijedlog Testa tri mjerila*“ koji je sastavni dio iste te je smatralo opravdanim provesti javnu raspravu predviđenu u članku 22. ZEK-a kako bi se svim zainteresiranim stranama omogućilo davanje mišljenja, primjedaba i prijedloga u vezi s predloženim mjerama.

Sukladno članku 22. stavku 2. ZEK-a postupak javne rasprave trajao je od 27. siječnja 2011.g. do 11. ožujka 2011.g. Tijekom javne rasprave HAKOM je zaprimio komentare sljedećih društava koji djeluju na navedenom mjerodavnom tržištu: VIPnet d.o.o., Metronet telekomunikacije d.d., OT-Optime telekom d.o.o., Hrvatski Telekom d.d., H1 Telekom d.d. i Amis Telekom d.o.o.

Nakon tako provedenog postupka HAKOM je 20. travnja 2011. godine utvrdio da je tržište javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike podložno prethodnoj regulaciji budući da su na tom tržištu istovremeno zadovoljena sva tri mjerila iz čl. 53. st.2. ZEK-a.

Sukladno utvrđenom, HAKOM je na navedenom mjerodavnom tržištu primijenio postupak analize tržišta iz članka 52. st. 1. ZEK-a kojom se utvrđuje razina tržišnog natjecanja, odnosno utvrđuje se postoje li na navedenom mjerodavnom tržištu operatori sa značajnom tržišnom snagom.

### 3. Utvrđivanje mjerodavnog tržišta

HAKOM je nacionalna regulatorna agencija za obavljanje regulatornih i drugih poslova u okviru djelokruga i nadležnosti određenih ZEK-om. U okviru svojih nadležnosti, HAKOM je zadužen za područje tržišnog natjecanja u elektroničkim komunikacijama te sukladno članku 53. stavku 1. i stavku 2. ZEK-a utvrđuje odlukom mjerodavna tržišta podložna prethodnoj (*ex-ante*) regulaciji.

Temeljem članka 53. stavka 1. ZEK-a, HAKOM utvrđuje mjerodavna tržišta podložna prethodnoj regulaciji, vodeći pritom osobito računa o mjerodavnoj Preporuci Europske komisije iz članka 52. stavka 4. ZEK-a.

Isto tako, u skladu s člankom 53. stavkom 2. ZEK-a, HAKOM može odlukom utvrditi da su i druga mjerodavna tržišta, osim mjerodavnih tržišta iz Preporuke Europske komisije, podložna prethodnoj regulaciji, ukoliko su na tim tržištima istodobno zadovoljena sljedeća tri mjerila:

1. prisutnost visokih i trajnih zapreka za ulazak na tržište, strukturne, pravne ili regulatorne prirode;
2. struktura tržišta koja ne teži razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja unutar odgovarajućeg vremenskog okvira;
3. primjena mjerodavnih propisa o zaštiti tržišnog natjecanja sama po sebi ne omogućuje na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu.

Sukladno članku 53. stavku 2. ZEK-a, Vijeće HAKOM-a je 20. travnja 2011. godine Odlukom utvrdilo mjerodavno tržište:

- ***javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike.***

Navedeno tržište nije dio mjerodavne Preporuke Europske komisije o mjerodavnim tržištima podložnima prethodnoj regulaciji, što znači da je na istom bilo potrebno provesti Test tri mjerila kako bi se utvrdilo je li podložno prethodnoj regulaciji.

S obzirom da je HAKOM, nakon provedenog postupka Testa tri mjerila utvrdio da su na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike istovremeno zadovoljena sva tri mjerila iz čl. 53. st. 2. ZEK-a, odnosno, da na navedenom tržištu postoje visoke i trajne zapreke za ulazak na tržište strukturne prirode, da struktura tržišta ne teži razvoju djelotvornoga tržišnog natjecanja unutar odgovarajućega vremenskog okvira te da primjena mjerodavnih propisa o zaštiti tržišnog natjecanja sama po sebi ne omogućuje na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu, HAKOM je isto tržište utvrdio podložnim prethodnoj regulaciji.

Utvrđivanje mjerodavnog tržišta predstavlja temelj za provođenje analize tržišta. Sama analiza tržišta se osim utvrđivanja mjerodavnog tržišta, sastoji od određivanja mjerodavnog tržišta i procjene postojanja jednog ili više operatora sa značajnom tržišnom snagom na tom tržištu te određivanja regulatornih obveza operatorima sa značajnom tržišnom snagom, a što je detaljno opisano u poglavljima koja slijede.

## 4. Određivanje mjerodavnog tržišta<sup>18</sup>

U procesu određivanja mjerodavnog tržišta odnosno granica samog tržišta, HAKOM je obavezan odrediti dimenziju usluga i zemljopisnu dimenziju, vodeći pritom osobito računa o mjerodavnim Smjernicama Europske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage te o mjerodavnoj pravnoj stečevini Europske unije iz područja tržišnog natjecanja.

Pri određivanju mjerodavnog tržišta odnosno dimenzije usluga i zemljopisne dimenzije polazi se od utvrđivanja zamjenjivosti ponude i zamjenjivosti potražnje. Pomoću zamjenjivosti na strani potražnje utvrđuju se usluge koje korisnici smatraju zamjenskim uslugama. Zamjenska usluga je svaka usluga koja s obzirom na svoja svojstva, cijenu, namjenu i navike korisnika može zamijeniti drugu uslugu i na taj način zadovoljiti istorodnu potrebu korisnika. S druge strane, zamjenjivost na strani ponude ukazuje na spremnost operatora da u kratkom, odnosno srednjem roku ponudi istovjetnu uslugu, bez izlaganja dodatnim troškovima.

Za razliku od potencijalne konkurencije, kod zamjenjivosti na strani ponude aktivni operator odmah reagira na povećanje cijene. Naime, potencijalni konkurenti trebaju više vremena kako bi počeli nuditi istovjetnu uslugu na tržištu. Nadalje, u slučaju postojanja zamjenjivosti na strani ponude već aktivni operatori se ne izlažu dodatnim troškovima, a ulazak potencijalnih konkurenata podrazumijeva značajne nenadoknadle troškove (eng. *sunk cost*).

Jedan od načina kojim je moguće procijeniti postojanje zamjenjivosti na strani ponude i potražnje jest primjena testa hipotetskog monopola (hipotetsko povećanje cijene). Sukladno navedenom testu, postavlja se pitanje što se događa u situaciji malog, ali značajnog, trajnog povećanja cijena usluge uz pretpostavku da cijene svih drugih usluga ostanu iste, pri čemu se u pravilu u obzir uzima trajni rast cijena od 5% do 10%.

### 4.1. Trenutni status operatora sa znatnijom tržišnom snagom na tržištu usluga nepokretnih javnih telefonskih mreža

*„ZOT-om je bilo propisano da operator koji ima tržišni udjel veći od 25% na određenom mjerodavnom tržištu ima znatniju tržišnu snagu na istom. ZOT se temeljio na regulatornom okviru iz 1998. godine koji je propisivao da je tržišni udjel veći od 25% dovoljan za određivanje operatora sa znatnijom tržišnom snagom na mjerodavnom tržištu.“*

Vijeće Hrvatske agencije za telekomunikacije je 14. rujna 2006. godine donijelo Odluku<sup>19</sup> kojom se utvrđuju operatori sa zajedničkom znatnijom tržišnom snagom na mjerodavnom tržištu usluga nepokretnih javnih telefonskih mreža. U skladu s navedenom odlukom operatori HT i Iskon Internet proglašeni su operatorima sa zajedničkom znatnijom tržišnom snagom na tržištu usluga nepokretnih javnih telefonskih mreža<sup>20</sup> na temelju 99,50% udjela od ukupnih prihoda od telefonskog prometa u javnim nepokretnim mrežama.

<sup>18</sup> Mjerodavno tržište je za potrebe provođenja postupka analize određeno jednako kao i u dokumentu „Tržište javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike - Test tri mjerila“

<sup>19</sup> Klasa: UP/I-344-01/06-01/220; ur.broj: 376-06-12

<sup>20</sup> Tržište usluga nepokretnih javnih telefonskih mreža čine: tržište javnih govornih usluga na području Republike Hrvatske i tržište prijenosa govora, zvuka, podataka, dokumenata, slika i drugog u nepokretnoj telekomunikacijskoj mreži na području Republike Hrvatske



Nadalje, Vijeće Hrvatske agencije za telekomunikacije je 17. prosinca 2007. godine objavilo popis mjerodavnih tržišta u kojem je navedeno da su HT i Iskon Internet operatori sa zajedničkom znatnijom tržišnom snagom na tržištu usluga nepokretnih javnih telefonskih mreža čime je podredno produžen njihov status operatora sa znatnijom tržišnom snagom iz odluke od 14. rujna 2006. godine. Na temelju statusa operatora sa zajedničkom znatnijom tržišnom snagom, HT i Iskon Internet obvezni<sup>21</sup> su, sukladno članku 63. stavku 3. ZOT-a, ishoditi prethodnu suglasnost za cijene usluga koje su obavljali na tržištu javne govorne usluge u nepokretnoj mreži, a Vijeće HAKOM-a je istu suglasnost izdavalo za cijene za koje je prethodno utvrdilo da ispunjavaju načela troškovne usmjerenosti i transparentnosti. Slijedom navedenog, predmetno je tržište bilo predmet jake regulacije od strane HAKOM-a, posebno u dijelu koji se odnosi na cijene usluga. Ostale regulatorne obveze HT-a proizlaze također iz odredbi ZOT-a<sup>22</sup>, a iste se ne odnose na Iskon Internet.

## 4.2. Mjerodavno tržište u dimenziji usluga<sup>23</sup>

Učinci zamjenjivosti na strani potražnje na maloprodajnoj razini predstavljaju učinke zamjenjivosti javno ponuđenih elektroničkih komunikacijskih usluga na mjerodavnom tržištu zbog kojih korisnici mogu odgovoriti na povećanje cijene jedne usluge prelaskom na potrošnju druge usluge istog operatora ili iste, odnosno zamjenskih usluga ostalih operatora na mjerodavnom tržištu. Drugim riječima, zamjenjivost na strani potražnje događa se u trenutku kada korisnik određene usluge prelazi na druge, zamjenske usluge kao odgovor na relativno povećanje cijene usluge koju koristi.

U teoriji, ako operator koji nudi uslugu poveća cijenu te usluge, korisnici su u mogućnosti prijeći na zamjenske usluge drugih operatora te operatora koji je povisio cijenu svojih usluga prisiliti da cijene vrati na razinu na kojoj su bile iz razloga što će u suprotnom početi gubiti korisnike, a samim time i tržišni udjel. Primjena prethodno navedenog argumenta ovisi o snazi zamjenjivosti na strani potražnje, odnosno, što je zamjenjivost na strani potražnje jače izražena, operatori su više ograničeni u mogućnosti povećavanja cijena usluga koje nude svojim korisnicima.

Maloprodajna usluga poziva iz nepokretnih mreža (javno dostupna telefonska usluga koja se pruža na fiksnoj lokaciji) odnosi se na sve vrste poziva krajnjeg korisnika iz javne nepokretne mreže, a to su:

- pozivi prema zemljopisnim brojevima (prema nacionalnim nepokretnim mrežama);
- pozivi prema brojevima u nacionalnim pokretnim elektroničkim komunikacijskim mrežama;
- pozivi prema međunarodnim brojevima;
- pozivi prema Internet brojevima<sup>24</sup>;
- pozivi prema ostalim nezemljopisnim brojevima (usluge s dodanom vrijednosti<sup>25</sup>;
- usluge besplatnog poziva<sup>26</sup>, usluge jedinstvenog pozivnog broja<sup>27</sup>.

<sup>21</sup> Navedena obveza operatora vrijedi do donošenja konačne odluke sukladno ZEK-u

<sup>22</sup> Na snazi do 01. srpnja 2008. godine kada na snagu stupa ZEK. Međutim, sukladno članku 128. ZEK-a obveze nametnute ZOT-om ostaju na snazi do završetka postupka analize tržišta

<sup>23</sup> Mjerodavno tržište u dimenziji usluga je za potrebe provođenja postupka analize određeno jednako kao i u dokumentu „Tržište javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike - Test tri mjerila“

<sup>24</sup> Sukladno Planu numeriranja

<sup>25</sup> Sukladno Planu numeriranja



U ovom poglavlju HAKOM je odredio granice tržišta javno dostupne telefonske usluge koja se pruža na fiksnoj lokaciji na način da je razmotrio i druge načine komunikacije kao moguće zamjenske usluge pozivima iz nepokretnih komunikacijskih mreža, pripadaju li sve vrste poziva istom mjerodavnom tržištu te odnose li se sve vrste poziva i eventualne zamjenske usluge na privatne i poslovne korisnike.

#### 4.2.1. Zamjenske usluge pozivima iz nepokretnih komunikacijskih mreža

##### a) Pozivi iz pokretnih mreža

###### na strani potražnje

Prvi korak prilikom određivanja tržišta javno dostupne telefonske usluge u dimenziji usluga jest utvrđivanje zamjenjivosti poziva iz nepokretnih mreža pozivima iz pokretnih mreža. Naime, krajnji korisnik koji želi ostvariti poziv, može to učiniti koristeći nepokretnu ili pokretnu mrežu. Na izbor korisnika u prethodno navedenom slučaju u bitnome utječu dva elementa: funkcionalnost i cijene usluga. Isto tako, hoće li se krajnji korisnik prije odlučiti za pozive iz pokretne nego za pozive iz nepokretne mreže, ovisi o tome želi li zamijeniti pozive iz nepokretne mreže pozivima iz pokretne na osnovi pojedinog poziva (eng. *call-by-call basis*) ili će sve pozive iz nepokretne mreže zamijeniti onima iz pokretne.

Pokretnost (eng. *mobility*) najjasnije prikazuje funkcionalne razlike između poziva iz nepokretnih i poziva iz pokretnih mreža. Naime, dok je pristup pokretnim mrežama moguć neovisno o lokaciji, pristup nepokretnim mrežama moguć je samo na određenoj, fiksnoj lokaciji. Iz prethodno navedenog se lako može zaključiti kako je korisnik koji ostvaruje pristup i pokretnoj i nepokretnoj mreži, u mogućnosti zamijeniti samo pozive iz nepokretne mreže pozivima iz pokretne, ali ne i obrnuto. Da bi se promatrane dvije vrste poziva mogle smatrati zamjenskim uslugama, potrebno je da iste budu zamjenjive u oba smjera, a što ovdje nije slučaj.

Osim gore navedenih funkcionalnih razlika, između poziva započelih u nepokretnim mrežama i onih započelih u pokretnim mrežama, postoje i određene cjenovne razlike koje, po mišljenju HAKOM-a utječu na percepciju i navike krajnjih korisnika.

**Tablica 2** Maloprodajne cijene mjesnih i/ili međumjesnih poziva iz nepokretne i pokretne mreže HT-a

	nepokretna	pokretna
nepokretna	0,28/0,14*	1,78/0,89*
pokretna	1,99** 0,99***	1,99** 0,99***

Cijene poziva su izražene u HRK po minuti poziva; PDV uključen

\* cijena poziva u vrijeme niže tarife (19:00-07:00)

\*\* cijena poziva prema ostalim mrežama (iz cjenika za korisnike u nepretplatničkom odnosu, Simpa Tarife „Zabava“, „Ekipa“ i „Plan“); korisnik plaća i naknadu za uspostavu poziva u iznosu od 0,25 kn/min

\*\*\* cijena poziva prema ostalim mrežama (iz cjenika za korisnike u pretplatničkom odnosu, tarifni paket „Tarifa za sve 60“); korisnik plaća i naknadu za uspostavu poziva od 0,25 kn/min

<sup>26</sup> Sukladno Planu numeriranja

<sup>27</sup> Sukladno Planu numeriranja

**Tablica 3** Maloprodajne cijene međunarodnih poziva iz nepokretne i pokretne mreže HT-a

	nepokretna	pokretna
nepokretna	2,28*	3,32*
pokretna	4,27**/3,78***	4,27**/3,78***

Cijene poziva su izražene u HRK po minuti poziva; PDV uključen

\* cijena poziva prema brojevima u tarifnoj zoni „Europa 1“

\*\* cijena poziva prema brojevima u tarifnoj skupini 1 u vrijeme više tarife (iz cjenika za korisnike u pretplatničkom odnosu, tarifni paket „Tarifa za sve 60“, odnosno, iz cjenika za korisnike u nepretplatničkom odnosu, Simpa Tarife „Zabava“, „Ekipa“, i „Plan“)

\*\*\* cijena poziva prema brojevima u tarifnoj skupini 1 u vrijeme niže tarife (iz cjenika za korisnike u pretplatničkom odnosu, tarifni paket „Tarifa za sve 60“, odnosno, iz cjenika za korisnike u nepretplatničkom odnosu, Simpa Tarife „Zabava“, „Ekipa“, i „Plan“)

Na osnovu postojećih cijena poziva iz nepokretne i poziva iz pokretne mreže, prema podacima iz tablice 2 i tablice 3, HAKOM zaključuje kako je cjenovna situacija takva, da čak i hipotetsko povećanje cijena poziva iz nepokretnih mreža, ne bi utjecalo na potpunu zamjenjivost istih pozivima iz pokretnih mreža. Naime, čak i uz navedeno povećanje, cijene poziva iz nepokretnih mreža još bi uvijek bile na nižoj razini od cijena poziva iz pokretnih mreža prema nepokretnim mrežama. Slična je situacija i kod poziva prema pokretnim mrežama. Naime, iako cijene poziva iz pokretnih mreža bilježe kontinuirani pad, ipak su i dalje cijene poziva iz pokretnih mreža prema nepokretnim mrežama više od cijena takvih poziva upućenih iz nepokretnih mreža. Nešto je povoljnija situacija kada je riječ o pozivima unutar ili između pokretnih mreža, međutim, uzevši u obzir da promatrane vrste poziva nisu međusobno potpuno zamjenjive te radi prethodno utvrđenih cjenovnih razlika, pozivi započeti iz pokretnih mreža ne mogu se, na strani potražnje smatrati zamjenskim uslugama pozivima započetim iz nepokretnih mreža.

### na strani ponude

Zamjenjivost poziva započetih u nepokretnim mrežama pozivima započetim u pokretnim mrežama na strani ponude podrazumijeva da operator usluga pokretne javne komunikacijske mreže, reagirajući na povećanje cijene poziva iz nepokretnih mreža, brzo i uz relativno male troškove počne nuditi te pozive. Operator usluga pokretne javne komunikacijske mreže koji bi želio ući na tržište javno dostupne telefonske usluge koja se pruža na fiksnoj lokaciji morao bi ponuditi uslugu koja po cijeni i kvaliteti odgovara pozivima započetim u nepokretnim mrežama. Pružanje takve usluge bi od operatora zahtijevalo značajne prilagodbe i nadogradnju postojeće vlastite pristupne mreže pa zbog iznimno visokih troškova potrebnih za razvoj takve infrastrukture, od kojih je većina nenadoknativa, zamjenjivost na strani ponude nije vjerojatna tijekom razdoblja na koje se odnosi ovaj dokument.

U skladu s prethodno navedenim, HAKOM smatra da se pozivi započeti u pokretnim mrežama na strani ponude ne mogu smatrati zamjenskom uslugom pozivima započetim u nepokretnim mrežama, odnosno da ne postoji operator usluga pokretne javne komunikacijske mreže koji bi u slučaju malog, ali značajnog trajnog povećanja cijene poziva iz nepokretnih mreža, u razumnom roku i uz relativno male troškove bio u mogućnosti ponuditi iste pozive krajnjim korisnicima.

## b) Pozivi putem usluge odabira i predodabira operatora (CS/CPS pozivi)

### na strani potražnje

Krajnji korisnik koji koristi usluge poziva i pristupa od bivšeg monopolista, može u svakom trenutku odlučiti koristiti usluge poziva nekog drugog operatora, a koje taj operator pruža putem usluge odabira i predodabira operatora. Funkcionalno, usluga poziva putem odabira i predodabira operatora predstavlja uslugu identičnu pozivu iz mreže operatora koji pruža uslugu pristupa krajnjem korisniku, i u mogućnosti je stvoriti konkurentski pritisak na povećanje cijena hipotetskog monopolista u dostatnoj mjeri, odnosno, u slučaju povećanja maloprodajnih cijena poziva hipotetskog monopolista, krajnji korisnici mogu prijeći na istovrsne usluge drugog operatora, odnosno na usluge koje se pružaju putem usluge odabira i predodabira operatora, kao što je i vidljivo iz tablice 4.

**Tablica 4** Usporedba cijena (HT i CPS operatori)

nacionalni pozivi	Super 60	Normal paket	H1 PLAVO	H1 CRVENO	Optimin	Optimax	Dualplay paket	Tripleplay paket
	kn/min	kn/min	kn/min	kn/min	kn/min	kn/min	kn/min	kn/min
pozivi prema nepokretnim mrežama	0,23	0,27		0,26	0,22	0,21	0,16	0,16
lokalni pozivi			0,22					
nacionalni pozivi			0,27					
pozivi prema pokretnim mrežama	1,45	1,61	1,54	1,66	1,41	1,33		
međunarodni pozivi	Super 60	H1 PLAVO	H1 CRVENO	Optimin	Optimax	Dualplay paket		
	kn/min	kn/min	kn/min	kn/min	kn/min	kn/min	kn/min	kn/min
pozivi prema nepokretnim međunarodnim mrežama								
Europa 1		1,85	1,71	1,71	1,53	1,44	1,39	
Europa 2		2,25	2,08	2,08	1,85	1,74	1,69	
Svijet 1		3,5	3,23	3,23	2,85	2,68	2,63	
Svijet 2		7	6,46	6,46	5,65	5,3	5,25	
pozivi prema pokretnim međunarodnim mrežama								
Europa 1		2,7	2,83	2,83	2,48	2,35	2,3	
Europa 2		2,1	2,2	2,2	1,94	1,84	1,79	
Svijet 1		2,5	2,62	3,23	2,3	2,18	2,13	
Svijet 2		3,5	3,67	6,46	3,2	3,03	2,98	

Uzevši u obzir da je korištenjem usluge predodabira operatora korisnik do sada dobivao dva telefonska računa, jedan kojim je plaćao pretplatu, a drugi za ostvarene mjesne i/ili međumjesne (pozivi prema nepokretnim i pokretnim mrežama) i međunarodne pozive, operatoru čiju uslugu koristi, HAKOM je na tržištu pristupa javnoj komunikacijskoj mreži na fiksnoj lokaciji za privatne i poslovne korisnike obvezao HT na pružanje usluge najma korisničke linije koja bi zapravo novim operatorima putem indirektnog pristupa mreži omogućila jedan račun prema krajnjem korisniku, čime, po mišljenju HAKOM-a, sa stajališta krajnjeg korisnika nestaju sve razlike vezane uz korištenje javne govorne usluge pristupnog operatora i usluge predodabira operatora.

Sukladno svemu navedenom, HAKOM smatra kako pozivi putem usluge odabira i predodabira operatora predstavljaju zamjensku uslugu pozivima iz nepokretne mreže.

### na strani ponude

Kao što je već prethodno spomenuto, veleprodajna usluga predodabira operatora olakšava ulazak na tržište novim operatorima koji namjeravaju ili žele ponuditi korisnicima javno dostupnu telefonsku uslugu. S obzirom da je oprema potrebna za pružanje poziva prema nepokretnim mrežama ista kao i oprema potrebna za pružanje poziva prema pokretnim mrežama, operator koji namjerava ući na tržište i započeti nuditi uslugu predodabira operatora

može jednostavno, uz minimalne nenadoknadle troškove i u kratkom razdoblju, uz pozive prema nepokretnim mrežama nuditi i pozive prema pokretnim mrežama. Identična je situacija i s operatorima koji pozive krajnjim korisnicima nude koristeći vlastitu mrežnu infrastrukturu.

Nastavno na navedeno te uzevši u obzir da je HAKOM na tržištu pristupa javnoj komunikacijskoj mreži na fiksnoj lokaciji za privatne i poslovne korisnike obvezao HT na pružanje usluge najma korisničke linije za korisnike usluge predodabira operatora (profil „svi pozivi“), koja bi zapravo novim operatorima putem indirektnog pristupa mreži omogućila ispostavljanje jednog računa prema krajnjem korisniku, čime se ponuda novih operatora izjednačava s ponudom bivšeg monopolista, HAKOM zaključuje kako su pozivi putem usluga odabira i predodabira operatora zamjenska usluga pozivima iz nepokretne mreže.

### **c) Pozivi putem internetskog protokola (VoIP)**

#### **na strani potražnje**

Maloprodajna usluga poziva (javno dostupna telefonska usluga) jesu i upravljani pozivi putem internetskog protokola (VoIP) kod kojih se prijenos govora pruža putem internetskog protokola i koji u potpunosti prolazi kroz mrežu operatora, a pritom osigurava poseban virtualni kanal za govor. Prilikom razmatranja zamjenjivosti na strani potražnje, HAKOM stavlja u odnos javno dostupnu telefonsku uslugu kao osnovu i razne vrste poziva putem internetskog protokola (VOIP) kao potencijalne zamjenske usluge javno dostupnoj telefonskoj usluzi.

Usluga prijenosa govora putem internetskog protokola (VoIP), obuhvaća sve vrste prijenosa govora putem internetskog protokola, a koje mogu biti upravljane i neupravljane.

U slučaju druge vrste upravljanih (eng. *managed*) poziva putem internetskog protokola (VoIP) riječ je o usluzi prijenosa govora koja se pruža putem internetskog protokola i koja u potpunosti prolazi kroz mrežu operatora, međutim ne osigurava poseban virtualni kanal za prijenos govora. Zbog spomenutih karakteristika, prije svega nepostojanja posebnog virtualnog kanala za prijenos govora, ni kvaliteta ove vrste VoIP poziva ne odgovara u potpunosti kvaliteti javno dostupne telefonske usluge u nepokretnoj mreži. Drugim riječima, ovakav upravljani VoIP poziv nema garantiranu kvalitetu te kao takav ne predstavlja zamjensku uslugu pozivima započetim iz nepokretnih mreža.

U slučaju „nevođenih/neupravljanih“ (eng. *non-managed*) poziva putem internetskog protokola govori se o usluzi prijenosa govora koja se pruža putem internetskog protokola, ali koja u isto vrijeme u jednom svom dijelu prolazi kroz javni internet (VoI) i kao takva nema garantiranu kvalitetu. Prilikom analize zamjenjivosti potražnje važno je napomenuti da navedena usluga nema garantiranu kvalitetu pružanja usluge, odnosno ne odgovara kvaliteti javno dostupne telefonske usluge u nepokretnoj mreži, i kao takva ne predstavlja zamjensku uslugu pozivima započetim iz nepokretnih mreža.

#### **na strani ponude**

Iako postoje bitne razlike u opremi i načinu pružanja standardne (PSTN) javno dostupne telefonske usluge i prijenosa govora putem internetskog protokola (VoIP), HAKOM smatra kako bi u slučaju malog, ali značajnog, trajnog povećanja cijena standardne javno dostupne telefonske usluge ostali operatori (postojeći ili oni koji tek namjeravaju ući na tržište), kao

odgovor na spomenuto povećanje, mogli ponuditi uslugu prijenosa govora putem internetskog protokola (VoIP) osiguravajući poseban virtualni kanal za govor, pri čemu bi takva usluga u potpunosti odgovarala standardnoj PSTN usluzi. Postojeće veleprodajne usluge koje osiguravaju ostalim operatorima uvjete za pružanje navedene usluge, kao i dosadašnja ulaganja u vlastite mreže omogućuju operatorima da u relativno kratkom roku i bez izlaganja većim dodatnim troškovima ponude korisnicima traženu uslugu. U skladu s navedenim, HAKOM smatra kako je na strani ponude prijenos govora putem internetskog protokola (VoIP) koji odgovara kvaliteti javno dostupne telefonske zamjenska usluga standardnoj (PSTN) javno dostupnoj telefonskoj usluzi.

#### **4.2.2. Određivanje tržišta prema vrstama poziva**

##### **a) Mjesni/međumjesni i međunarodni pozivi**

###### **na strani potražnje**

Nakon što je u prethodnom poglavlju HAKOM odredio kako definicija mjerodavnog tržišta obuhvaća pozive započete u nepokretnim mrežama, u idućem je koraku potrebno odrediti pripadaju li istom tržištu pozivi upućeni iz nepokretnih mreža prema brojevima u nacionalnim mrežama i pozivi upućeni iz nepokretnih mreža prema brojevima u međunarodnim mrežama.

Prema mišljenju HAKOM-a, sa stajališta krajnjeg korisnika, pozivi upućeni iz nepokretnih mreža prema brojevima u nacionalnim mrežama i oni upućeni prema brojevima u međunarodnim mrežama, ne mogu pripadati istom mjerodavnom tržištu. Osnovna razlika između ovih poziva leži u činjenici da jedni završavaju u mrežama nacionalnih operatora, dok drugi završavaju u mrežama međunarodnih operatora. Budući da većina korisnika u Hrvatskoj ne ostvaruje pristup nekoj od međunarodnih mreža, korisnika koji trenutno nije uz svoj telefon<sup>28</sup> u Republici Hrvatskoj nije moguće dobiti ni pozivom na broj u međunarodnoj mreži. Drugim riječima, pozivatelj koji upućuje poziv korisniku usluga nekog od nacionalnih operatora, te ga ne uspije dobiti na broj u nacionalnoj mreži, nije u mogućnosti umjesto pozivanja broja u nacionalnoj mreži pozvati broj u međunarodnoj mreži te na taj način uspostaviti željeni poziv.

Nadalje, uzevši u obzir da su cijene usluge završavanja (terminacije) poziva u međunarodnim mrežama više od cijena usluge završavanja (terminacije) poziva u nacionalnim mrežama, više su i same cijene poziva upućenih iz nepokretnih mreža prema brojevima u međunarodnim mrežama. Čak je i sama tarifna struktura poziva upućenih prema brojevima u međunarodnim mrežama različita od tarifne strukture poziva upućenih prema brojevima u nacionalnim mrežama. U skladu s europskom praksom, i u Republici Hrvatskoj je uobičajeno da operatori grupiraju zemlje u određene tarifne skupine/zone prema kojima se primjenjuju jedinstvene cijene pri čemu su u pravilu najčešće pozivane zemlje i najjeftinije.

Uzevši u obzir prethodno navedene razlike, HAKOM smatra kako je na strani potražnje, za pozive upućene iz nepokretnih mreža prema brojevima u međunarodnim mrežama i pozive upućeni iz nepokretnih mreža prema brojevima u nacionalnim mrežama, potrebno odrediti zasebna tržišta.

###### **na strani ponude**

---

<sup>28</sup> Pojam telefon stoji za broj u nepokretnoj i/ili pokretnoj mreži samog korisnika

U ovom dijelu HAKOM je razmatrao spremnost nacionalnih operatora usluga nepokretnih mreža, da kao odgovor na malo, ali značajno, trajno povećanje cijena poziva prema brojevima u međunarodnim mrežama, u relativno kratkom razdoblju i bez značajnih troškova ponude navedene pozive. U Republici Hrvatskoj, trenutno svi operatori pružaju korisnicima uslugu poziva prema brojevima u nacionalnim i prema brojevima u međunarodnim mrežama. Nacionalni operatori koji namjeravaju korisnicima ponuditi pozive prema brojevima u međunarodnim mrežama, trebali bi s jednim ili više međunarodnih operatora sklopiti ugovore o međupovezivanju, a isto, prema mišljenju HAKOM-a iziskuje minimalne nenadoknadive troškove.

Uzevši u obzir da operatori koji trenutno korisnicima nude pozive iz nepokretnih mreža, istovremeno nude i pozive upućene prema brojevima u nacionalnim i prema brojevima u međunarodnim mrežama, HAKOM smatra kako su navedeni pozivi komplementarne usluge koje korisnici ne razdvajaju prilikom ugovaranja javno dostupne telefonske usluge, te da uz prethodno spomenute minimalne nenadoknadive prateće troškove pružanja poziva prema brojevima u međunarodnim mrežama u odnosu na pozive prema nacionalnim brojevima, ne postoje prepreke zbog kojih operator koji pruža pozive iz nepokretnih mreža ne bi bio u mogućnosti korisnicima ponuditi obje navedene vrste poziva. Jednako tako, i operatori koji krajnjim korisnicima nude ili tek žele ponuditi pozive putem predodabira operatora, mogu, uz gore spomenute minimalne nenadoknadive prateće troškove, pored mjesnih i/ili međumjesnih poziva nuditi i međunarodne.

Uzevši u obzir prethodno navedeno, moglo bi se zaključiti da na strani ponude pozivi upućeni prema brojevima u nacionalnim i pozivi prema brojevima u međunarodnim mrežama mogu pripadati istom mjerodavnom tržištu, ali je HAKOM, zbog značajnih razlika na strani potražnje zaključio kako je ove dvije vrste poziva potrebno svrstati na različita tržišta.

## **b) Pozivi prema brojevima u nepokretnim mrežama i pozivi prema brojevima u pokretnim mrežama**

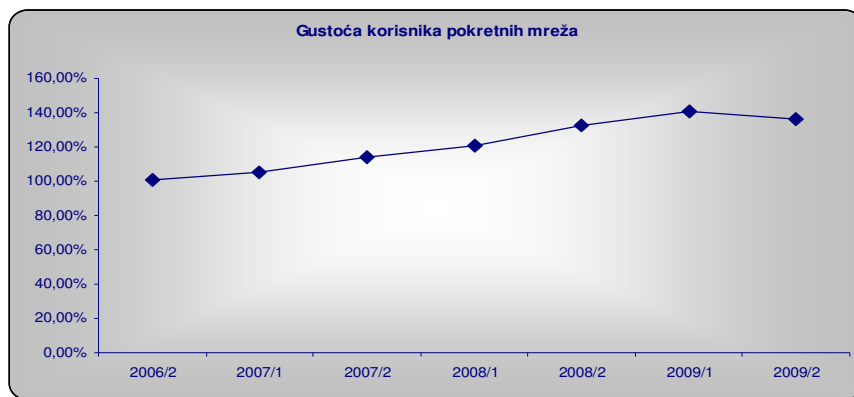
### **na strani potražnje**

Nakon što je prethodno odredio kako mjesni i/ili međumjesni i međunarodni pozivi iz nepokretnih mreža pripadaju različitim tržištima, u ovom poglavlju HAKOM razmatra mogućnost zamjene još dviju vrsta poziva iz nepokretnih mreža: poziva prema brojevima u nepokretnim mrežama (eng. *fixed-to-fixed*) i poziva prema brojevima u pokretnim mrežama (eng. *fixed-to-mobile*).

Na zamjenjivost poziva iz nepokretnih mreža prema brojevima u nepokretnim mrežama pozivima prema brojevima u pokretnim mrežama, utječe niz čimbenika.

Naime, pozivatelj uvijek ima mogućnost, umjesto upućivanja poziva na broj u nepokretnoj mreži, dobiti traženog korisnika na njegov broj u pokretnoj mreži, ukoliko ga krajnji korisnik posjeduje.

**Slika 1** Gustoća korisnika pokretnih mreža



Izvor: www.hakom.hr

Kako je vidljivo iz Slike 1, gustoća korisnika pokretnih mreža u promatranom razdoblju bilježi porast u iznosu od 35,46% s obzirom da je ista u drugom polugodištu 2006. godine iznosila svega 100,62%, a prema podacima za drugo polugodište 2009. godine iznosi 136,08%.

Iz navedene perspektive, odnosno zbog dostupnosti pojedinog korisnika i putem broja u pokretnoj mreži, poziv upućen na broj u pokretnoj mreži može se smatrati zamjenskom uslugom pozivu upućenom na broj u nepokretnoj mreži.

Nadalje, uzimajući u obzir činjenicu da su cijene poziva upućenih iz nepokretnih mreža u pokretnu mrežu nešto više od cijena poziva iz nepokretne mreže u nepokretnu mrežu, a što je vidljivo iz tablice 5, nije realno očekivati da će korisnik zamijeniti sve svoje pozive prema nepokretnoj mreži pozivima prema pokretnim mrežama.

**Tablica 5** Maloprodajne cijene međunarodnih poziva iz nepokretne mreže HT-a

	nepokretna	pokretna
nepokretna	2,28	3,32

Cijene su izražene u HRK po minuti poziva; PDV uključen

Sukladno navedenom, zamjena poziva iz nepokretne u nepokretnu mrežu pozivima iz nepokretne u pokretnu, od strane cjenovno osjetljivog pozivatelja, realna je u situaciji kada je važno u određenom trenutku uspostaviti poziv, stoga se pozivi iz nepokretne u pokretnu mrežu u opisanoj situaciji mogu smatrati zamjenskim uslugama. Isto tako, HAKOM smatra kako je opisana zamjenjivost potrebno promatrati u širem okviru, odnosno vodeći računa o kontinuiranom rastu broja i trajanja poziva upućenih iz nepokretnih prema pokretnim mrežama.

Nadalje, HAKOM smatra kako korisnici navedene vrste poziva smatraju komplementarnim uslugama, posebno stoga što ugovaranjem javno dostupne telefonske usluge na fiksnoj lokaciji, korisnici ne razdvajaju ove vrste poziva, odnosno istovremeno ostvaruju mogućnost poziva prema pokretnim i poziva prema nepokretnim mrežama.



Slijedom svega prethodno navedenog, HAKOM smatra kako su, mjesni i/ili međumjesni pozivi iz nepokretnih mreža prema brojevima u pokretnim mrežama i pozivi iz nepokretnih mreža prema brojevima u nepokretnim mrežama komplementarne usluge koje na strani potražnje čine sastavni dio istog mjerodavnog tržišta.

### **na strani ponude**

U ovom poglavlju HAKOM procjenjuje mogućnost hipotetskog monopolista da podigne cijene poziva iz nepokretnih u pokretne mreže iznad konkurentske razine, bez da ga u tome ograniče ili spriječe ostali operatori (bilo postojeći bili potencijalni koji tek trebaju ući na tržište) ponudom upravo takvih poziva.

Kao što je već spomenuto u prethodnom poglavlju, operatori usluga nepokretnih mreža trenutno nude sve vrste poziva, pri čemu ne razlikuju u bitnome niti ne razdvajaju pozive prema nepokretnim i pozive prema pokretnim mrežama.

Nadalje, veleprodajna usluga započinjanja (originacije) poziva u svrhu pružanja usluge predodabira operatora krajnjim korisnicima, uvelike olakšava ulazak na tržište novim operatorima koji namjeravaju ili žele ponuditi korisnicima javno dostupnu telefonsku uslugu. S obzirom da je oprema potrebna za pružanje poziva prema nepokretnim mrežama ista kao i oprema potrebna za pružanje poziva prema pokretnim mrežama, operator koji namjerava ući na tržište i započeti nuditi uslugu odabira ili predodabira operatora može jednostavno, uz minimalne nenadoknadive troškove i u kratkom razdoblju, uz pozive prema nepokretnim mrežama nuditi i pozive prema pokretnim mrežama. Identična je situacija i s operatorima koji pozive krajnjim korisnicima nude koristeći vlastitu mrežnu infrastrukturu.

Slijedom navedenog, HAKOM zaključuje kako mjesni i/ili međumjesni pozivi iz nepokretnih mreža prema brojevima u pokretnim mrežama i pozivi iz nepokretnih mreža prema brojevima u nepokretnim mrežama čine sastavni dio istog tržišta.

### **c) Pozivi prema Internet brojevima<sup>29</sup>**

#### **na strani potražnje**

Pozive prema Internet brojevima ostvaruju korisnici koji pristupaju Internetu putem uskopojasne veze (eng. *dial-up*). Uskopojasni pristup Internetu se ostvaruje kada korisnik bira broj koji je dodijeljen određenom operatoru usluge pristupa Internetu (eng. *ISP-Internet Service Provider*). Funkcionalno, govorni pozivi i uskopojasni pristup Internetu služe u različite svrhe, zbog čega poziv kojim se ostvaruje pristup Internetu ne može biti zamjena za govorni poziv i obrnuto.

Iako svi operatori koji nude govorne pozive korisnicima usluga nepokretnih mreža, također nude i cijeli spektar usluga, što uključuje i pozive prema Internet brojevima, te neovisno o tome što korisnik, kada ugovara javno dostupnu telefonsku uslugu, odnosno pozive, ne ugovara odvojeno govorne pozive prema nepokretnim mrežama i pozive prema Internet brojevima, HAKOM zbog prvotno spomenute razlike u funkcionalnosti ovih vrsta poziva smatra kako govorni pozivi i uskopojasni pristup Internetu ne pripadaju istom tržištu.

---

<sup>29</sup> Sukladno Planu numeriranja



## na strani ponude

Prilikom procjenjivanja spremnosti operatora usluge pristupa Internetu da u slučaju malog, ali značajnog, trajnog povećanja cijena govornih poziva iz nepokretnih mreža, ponude takve pozive u kratkom roku i bez izlaganja dodatnim troškovima, kao odgovor na spomenuto povećanje, HAKOM je zaključio kako su svi operatori usluge uskopojasnog pristupa Internetu (postojeći ili oni koji tek namjeravaju ući na tržište) na temelju usluge odabira ili predodabira operatora u mogućnosti ponuditi korisnicima i uslugu govornih poziva iz nepokretnih mreža.

Uzevši u obzir prethodno navedeno, moglo bi se zaključiti kako na strani ponude nema potrebe za određivanjem zasebnih tržišta za pozive prema Internet brojevima i govornih poziva iz nepokretnih mreža. Ipak, zbog značajnih razlika na strani potražnje, HAKOM smatra kako javno dostupna telefonska usluga koja se pruža na fiksnoj lokaciji i pozivi prema Internet brojevima, ne mogu biti sastavni dio istog mjerodavnog tržišta, odnosno kako isti čine dva zasebna tržišta.

### d) Pozivi prema zemljopisnim i nezemljopisnim brojevima

#### na strani potražnje

Prema ZEK-u, zemljopisni broj je broj iz nacionalnog Plana numeriranja u kojem dio njegovih znamenaka ima zemljopisno značenje koje se upotrebljava za usmjeravanje poziva na fizičko mjesto priključne točke mreže. Pojam nezemljopisni broj, također sukladno ZEK-u, označava broj iz nacionalnog Plana numeriranja koji nije zemljopisni broj, a obuhvaća, uz ostalo, brojeve u pokretnim mrežama, brojeve usluga besplatnog poziva, brojeve usluga jedinstvenoga pristupnog broja i brojeve usluga s dodanom vrijednosti. Uzevši u obzir da je u poglavlju b) HAKOM utvrdio jedinstveno tržište za pozive upućene iz nepokretnih mreža prema brojevima u nepokretnim, kao i prema brojevima u pokretnim mrežama, u ovom dijelu potrebno je odrediti čine li isto tržište pozivi prema zemljopisnim i nezemljopisnim brojevima, izuzev poziva prema brojevima u pokretnim mrežama. Pozivi prema brojevima u pokretnim mrežama razmatrani su zasebno iz razloga što, iako prema Planu numeriranja pripadaju nezemljopisnim brojevima, funkcionalno su sličniji pozivima prema zemljopisnim brojevima, a s obzirom da je pozivanjem jednih i drugih moguće dobiti određenog korisnika.

HAKOM smatra kako poziv upućen određenom korisniku na njegov zemljopisni broj, nije moguće ostvariti i pozivanjem nekog od nezemljopisnih brojeva, budući da isti služe za pružanje usluga s dodanom vrijednosti, usluge besplatnih poziva te jedinstvenog pristupnog broja. Drugim riječima, korisnika kojeg pozivatelj ne dobije na korisnikov zemljopisni broj, ne može dobiti niti pozivom na određeni nezemljopisni broj<sup>30</sup>. Stoga, iako korisnik ne ugovara odvojeno pozive prema zemljopisnim brojevima i pozive prema nezemljopisnim brojevima te su isti komplementarne usluge, HAKOM smatra kako na strani potražnje ove vrste poziva čine zasebna tržišta.

#### na strani ponude

HAKOM smatra kako nema ograničenja zbog kojeg operator koji pruža pozive prema nezemljopisnim brojevima putem usluge predodabira operatora ili to tek namjerava započeti,

<sup>30</sup> Navedeno se ne odnosi na jedinstveni pristupni broj kojeg mogu uzeti poslovni korisnici, međutim isto nije dovoljno da bi se promijenio zaključak cijelog odlomka

ne bi mogao u kratkom roku i bez izlaganja dodatnim troškovima ponuditi korisnicima i pozive prema zemljopisnim brojevima u slučaju malog, ali značajnog trajnog povećanja cijena prvih budućih ulaganja operatora u uslugu odabira ili predodabira operatora pokrivaju sve vrste poziva (i pozive prema zemljopisnim i pozive prema nezemljopisnim brojevima). Ista je situacija i s operatorima koji korisnicima pružaju pozive putem vlastite mrežne infrastrukture.

Uzevši u obzir prethodno navedeno, moglo bi se zaključiti kako na strani ponude nema potrebe za određivanjem zasebnih tržišta za pozive prema zemljopisnim i pozive prema nezemljopisnim brojevima. Ipak, zbog značajnih razlika na strani potražnje, HAKOM smatra kako pozivi prema zemljopisnim brojevima i pozivi prema nezemljopisnim brojevima, ne mogu biti sastavni dio istog mjerodavnog tržišta, odnosno kako navedene vrste poziva čine zasebna tržišta.

### **4.2.3. Privatni i poslovni korisnici**

#### **na strani potražnje**

Iako je javno dostupna telefonska usluga za privatne i poslovne korisnike funkcionalno identična, privatni i poslovni korisnici imaju bitno različite potrebe u pogledu komuniciranja.

Prilagođavajući se različitim potrebama i navikama privatnih i poslovnih korisnika, operatori kreiraju različite, zasebne ponude/tarifne pakete javno dostupne telefonske usluge za ove dvije vrste korisnika. U skladu s navedenim, i prilikom potpisivanja ugovora, operatori još uvijek dijele ove dvije vrste korisnika u zasebne skupine. Stoga, privatni korisnici ne mogu direktno birati tarifne pakete koji su namijenjeni poslovnim korisnicima jednako kao što poslovni korisnici biraju isključivo tarifne pakete namijenjene poslovnim korisnicima.

Uz izražene razlike u ponudi i samim karakteristikama tarifnih paketa za privatne i poslovne korisnike, bitna razlika između ovih dviju vrsta korisnika vidljiva je i u cijenama javno dostupne telefonske usluge. Naime, za razliku od privatnih, poslovni korisnici, a posebno veliki ili ključni poslovni korisnici u mogućnosti su za cijene navedenih usluga ugovoriti i određene popuste.

Nadalje, dok privatnim korisnicima operatori uglavnom nude nekoliko standardiziranih tarifnih paketa i opcija, potrebe poslovnih korisnika većinom zahtijevaju individualna ili posebna poslovna, odnosno systemska rješenja, koja uz javno dostupnu telefonsku uslugu uključuju i dodatne elektroničke komunikacijske usluge.

Slijedom svega navedenog, svjestan prethodno navedenih razlika u potrebama privatnih i poslovnih korisnika i činjenice da u svojim ponudama operatori razlikuju ove dvije vrste korisnika, HAKOM smatra kako je za privatne i poslovne korisnike na strani potražnje potrebno definirati zasebna tržišta javno dostupne telefonske usluge koja se pruža na fiksnoj lokaciji.

#### **na strani ponude**

Kao što je već spomenuto, za razliku od privatnih korisnika, potrebe poslovnih korisnika često zahtijevaju individualna ili posebna poslovna, odnosno systemska rješenja, koja uz javno dostupnu telefonsku uslugu uključuju i dodatne elektroničke komunikacijske usluge, a takvu

su lepezu usluga, izuzev bivšeg monopolista, ostali operatori trenutno u mogućnosti ponuditi poslovnim korisnicima uz izlagane visokim nenadoknadivim troškovima, a koji su posljedica istovremenog ulaska na više različitih tržišta.

Međutim, javno dostupna telefonska usluga za privatne i poslovne korisnike funkcionalno je identična, zbog čega, prema mišljenju HAKOM-a, ne postoje prepreke zbog kojih operator koji pruža javno dostupnu telefonsku uslugu privatnim korisnicima ne bi bio u mogućnosti istu ponuditi i poslovnim korisnicima i obrnuto. Naime, u Republici Hrvatskoj, trenutno svi operatori pružaju javno dostupnu telefonsku uslugu i privatnim i poslovnim korisnicima. Isto tako, operatori koji tek namjeravaju ući na tržište i započeti s pružanjem javno dostupne telefonske usluge privatnim i/ili poslovnim korisnicima, isto mogu realizirati uz minimalne nenadoknadle troškove i u kratkom razdoblju, korištenjem veleprodajne usluge odabira ili predodabira operatora. S obzirom da je ista oprema potrebna za pružanje poziva putem odabira i predodabira operatora privatnim i poslovnim korisnicima, operator koji pruža javno dostupnu telefonsku uslugu privatnim korisnicima može istu ponuditi i poslovnim korisnicima. Identična je situacija i s operatorima koji pozive krajnjim korisnicima nude koristeći vlastitu mrežnu infrastrukturu.

Uzevši u obzir prethodno navedeno, moglo bi se zaključiti kako na strani ponude nema potrebe za određivanjem zasebnih tržišta za privatne i poslovne korisnike. Ipak, zbog značajnih razlika na strani potražnje, HAKOM smatra kako javno dostupna telefonska usluga koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike i javno dostupna telefonska usluga koja se pruža na fiksnoj lokaciji za poslovne korisnike ne mogu biti sastavni dio istog mjerodavnog tržišta te je za ove dvije vrste korisnika odredio zasebna tržišta.

### **4.3. Mjerodavno tržište u zemljopisnoj dimenziji<sup>31</sup>**

Mjerodavno tržište u zemljopisnoj dimenziji obuhvaća sva područja u kojima određeni operatori pružaju usluge pod istim uvjetima, odnosno, sva područja u kojima postoje istovrsni uvjeti tržišnog natjecanja.

U skladu sa smjernicama i preporukama Europske komisije zemljopisna dimenzija mjerodavnog tržišta je uglavnom određena na osnovu pokrivenosti mrežom i postojanjem jednakog pravnog i regulatornog okvira na određenom zemljopisnom području.

Na temelju gore navedenog, HAKOM zaključuje da je mjerodavno tržište u zemljopisnoj dimenziji za pružanje navedene usluge u opsegu nacionalno, odnosno, mjerodavno tržište u zemljopisnoj dimenziji čini cijeli teritorij Republike Hrvatske. Navedeni zaključak se temelji na činjenici da gotovo svi operatori registrirani za pružanje javne govorne usluge u nepokretnoj mreži, prema saznanjima kojima raspolaže HAKOM, pružaju javno dostupnu telefonsku uslugu na cijelom teritoriju Republike Hrvatske. Isto tako, usluga se ovisno o županijama ne razlikuju cjenovno, odnosno pružaju se pod istim uvjetima i cijenama na cijelom teritoriju Republike Hrvatske.

<sup>31</sup> Mjerodavno tržište u zemljopisnoj dimenziji je za potrebe provođenja postupka analize određeno jednako kao i u dokumentu „Tržište javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike - Test tri mjerila“

Također, pravni i regulatorni okvir mjerodavan za predmetnu uslugu, odnosno pravni i regulatorni okvir vezan uz područje elektroničkih komunikacija, je isti na cijelom teritoriju Republike Hrvatske.

#### **4.4. Stajalište nadležnog regulatornog tijela o određivanju mjerodavnog tržišta**

Slijedom svega navedenog, HAKOM je utvrdio da se tržište javno dostupne telefonske usluge u Republici Hrvatskoj sastoji od četiri zasebna mjerodavna tržišta i to kako slijedi:

- Tržište javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike koje čine:
  - pozivi prema zemljopisnim brojevima (prema nacionalnim nepokretnim mrežama) te;
  - pozivi prema brojevima u nacionalnim pokretnim elektroničkim komunikacijskim mrežama,

neovisno o tome radi li se o standardnoj javno dostupnoj telefonskoj usluzi, pozivima putem usluge odabira ili predodabira operatora ili upravljanim VOIP pozivima (kod kojih se prijenos govora pruža putem internetskog protokola i koji u potpunosti prolazi kroz mrežu operatora, a pritom osigurava poseban virtualni kanal za govor).

- Tržište javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za poslovne korisnike koje čine:
  - pozivi prema zemljopisnim brojevima (prema nacionalnim nepokretnim mrežama) te;
  - pozivi prema brojevima u nacionalnim pokretnim elektroničkim komunikacijskim mrežama,

neovisno o tome radi li se o standardnoj javno dostupnoj telefonskoj usluzi, pozivima putem usluge odabira ili predodabira operatora ili upravljanim VOIP pozivima (kod kojih se prijenos govora pruža putem internetskog protokola i koji u potpunosti prolazi kroz mrežu operatora, a pritom osigurava poseban virtualni kanal za govor).

- Tržište javno dostupne telefonske usluge u međunarodnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike koje čine:
  - pozivi prema zemljopisnim brojevima (prema međunarodnim nepokretnim mrežama) te;
  - pozivi prema brojevima u međunarodnim pokretnim elektroničkim komunikacijskim mrežama,

neovisno o tome radi li se o standardnoj javno dostupnoj telefonskoj usluzi, pozivima putem usluge odabira ili predodabira operatora ili upravljanim VOIP pozivima (kod kojih se prijenos govora pruža putem internetskog protokola i koji u potpunosti prolazi kroz mrežu operatora, a pritom osigurava poseban virtualni kanal za govor).

- Tržište javno dostupne telefonske usluge u međunarodnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za poslovne korisnike koje čine:
  - pozivi prema zemljopisnim brojevima (prema međunarodnim nepokretnim mrežama) te;
  - pozivi prema brojevima u međunarodnim pokretnim elektroničkim komunikacijskim mrežama,

neovisno o tome radi li se o standardnoj javno dostupnoj telefonskoj usluzi, pozivima putem usluge odabira ili predodabira operatora ili upravljanim VOIP pozivima (kod kojih se prijenos govora pruža putem internetskog protokola i koji u potpunosti prolazi kroz mrežu operatora, a pritom osigurava poseban virtualni kanal za govor).

Za sva četiri tržišta, HAKOM određuje da je mjerodavno tržište u zemljopisnoj dimenziji nacionalni teritorij Republike Hrvatske.

## 5. Procjena postojanja operatora sa značajnom tržišnom snagom

### 5.1. Cilj i predmet analize mjerodavnog tržišta

Zadaća HAKOM-a je, u skladu s mjerilima iz ZEK-a, ocijeniti djelotvornost tržišnog natjecanja na određenom mjerodavnom tržištu te procijeniti postoje li na tom tržištu operatori sa značajnom tržišnom snagom, nakon čega će o istom donijeti odgovarajuću odluku sukladno ZEK-u i mišljenju tijela nadležnog za zaštitu tržišnog natjecanja.

Smatra se da operator ima značajnu tržišnu snagu ako, pojedinačno ili zajedno s drugim operatorima, ima položaj koji odgovara vladajućem, što znači da se nalazi u takvom gospodarskom položaju koji mu omogućuje da se u značajnoj mjeri ponaša neovisno o konkurenciji, korisnicima usluga i potrošačima.

Nakon utvrđivanja i određivanja mjerodavnog tržišta, koji su opisani u poglavljima 3. i 4. ovog dokumenta, HAKOM će, u svrhu procjene postojanja značajne tržišne snage operatora, izračunati tržišne udjele operatora na određenom mjerodavnom tržištu i tumačiti ih u skladu sa Smjernicama Europske komisije o mjerodavnim tržištima te mjerodavnom pravnom stečevinom Europske unije iz područja tržišnog natjecanja.

Potom će, analizom prikupljenih podataka u skladu s ostalim mjerilima iz članka 55. ZEK-a, procijeniti postoji li na navedenom tržištu operator sa značajnom tržišnom snagom koji se nalazi u takvom gospodarskom položaju koji mu omogućuje da se u značajnoj mjeri ponaša neovisno o konkurenciji, korisnicima usluga i potrošačima.

Prije procjenjivanja značajne tržišne snage na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike potrebno je uzeti u obzir činjenicu da na ovom tržištu iz HT Grupe<sup>32</sup> djelatnost elektroničkih komunikacijskih mreža i usluga ne obavlja samo HT, već i Iskon Internet. S obzirom da se temeljem članka 4. Zakona o zaštiti tržišnog natjecanja<sup>33</sup> poduzetnik Iskon Internet smatra poduzetnikom pod kontrolom poduzetnika HT-a iz istog proizlazi da se s aspekta propisa o zaštiti tržišnog natjecanja poduzetnici HT i Iskon Internet smatraju jednim gospodarskim subjektom.

Uzevši u obzir da se HT i Iskon Internet smatraju jednim gospodarskim subjektom, HAKOM će u cilju ispravne procjene stvarne tržišne snage HT-a kao poduzetnika koji kontrolira drugog poduzetnika na istom mjerodavnom tržištu, u ovom slučaju Iskon, kao i tržišne snage Iskona, odnosno ostalih operatora, niže navedena mjerila prikazati zajednički za HT i Iskon te posebno za ostale operatore.

U procjenjivanju pojedinačne značajne tržišne snage operatora na mjerodavnom tržištu koje je predmet analize HAKOM će uzeti u obzir slijedeća mjerila:

- tržišni udjel operatora na mjerodavnom tržištu

<sup>32</sup> Pod Grupom se smatraju HT, Iskon Internet, Combis i KDS

<sup>33</sup> Narodne novine br. 79/09; poduzetnikom pod kontrolom drugog poduzetnika smatra se poduzetnik u kojem drugi poduzetnik izravno ili neizravno ima više od polovice udjela ili dionica, koji može ostvarivati više od polovice glasačkih prava odnosno ima pravo na postavljanje više od polovice članova uprave, nadzornog odbora ili odgovarajućeg tijela za upravljanje i vođenje poslova

- nadzor infrastrukture kod koje postoje velike zapreke razvoju infrastrukturne konkurencije
- stupanj vertikalne integracije
- ekonomija razmjera
- ekonomija opsega
- stupanj diverzifikacije proizvoda ili usluga.

## **5.2. Analiza podataka na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike**

### **5.2.1. Tržišni udjel operatora na mjerodavnom tržištu**

Tržišni udjel je mjerilo relativne veličine nekog poduzetnika na tržištu, izračunato na način da se utvrdi postotak u kojem taj poduzetnik sudjeluje u ukupnoj proizvodnji i/ili prodaji nekog proizvoda i/ili usluge na predmetnom tržištu u određenom razdoblju.

U skladu s mjerodavnim Smjernicama Europske komisije o mjerodavnim tržištima i utvrđivanju značajne tržišne snage sukladno zajedničkom regulatornom okviru za elektroničke komunikacijske mreže i usluge, tržišni udjel smatra se ključnim mjerilom u procjenjivanju značajne tržišne snage operatora.

Stoga će HAKOM u ovom poglavlju, za potrebe procjene značajne tržišne snage operatora na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike izračunati tržišni udjel operatora prema broju korisnika, kao i tržišni udjel prema ukupnom broju ostvarenih minuta privatnih korisnika u mjesnom i/ili međumjesnom prometu te će iste tumačiti u skladu sa smjernicama Europske komisije i mjerodavnom pravnom stečevinom Europske unije iz područja tržišnog natjecanja.

Međutim, prema Smjernicama Europske komisije, visok tržišni udjel nije sam po sebi dovoljna mjera kako bi se utvrdilo postojanje značajne tržišne snage na određenom tržištu. Ipak, malo je vjerojatno da će operator koji nema značajan tržišni udjel imati vladajući položaj.

Sukladno praksi donošenja odluka od strane Europske komisije, u situaciji u kojoj operator ima tržišni udjel iznad 40%, sumnja se na postojanje pojedinačne značajne tržišne snage, iako Europska komisija sumnja na postojanje vladajućeg položaja i kod nižih tržišnih udjela. Nadalje, prema utvrđenoj sudskoj praksi, tržišni udjel koji premašuje 50%, je sam po sebi, osim u iznimnim okolnostima, dovoljan dokaz postojanja vladajućeg položaja.

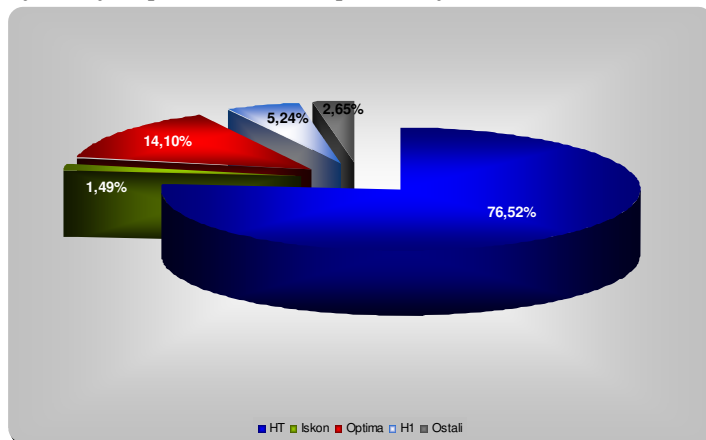
Isto tako, smatra se da operator koji na određenom tržištu ima visok tržišni udjel, uživa vladajući položaj, ukoliko je njegov tržišni udjel stabilan kroz promatrano razdoblje. Činjenica da se tržišni udjel operatora sa značajnom tržišnom snagom na mjerodavnom tržištu postupno smanjuje, ukazuje da tržište postaje konkurentnije, međutim ne isključuje postojanje značajne tržišne snage na istom. S druge strane, promjenjivi tržišni udjeli pokazatelji su pomanjkanja tržišne snage na mjerodavnom tržištu.

U skladu s utvrđenom dimenzijom usluga i zemljopisnom dimenzijom mjerodavnog tržišta javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike, podaci prikupljeni upitnicima ukazuju na izrazito visok



tržišni udjel HT-a i njegovog povezanog društva Iskon Interneta, neovisno o tome prikazuje li se tržišni udjel prema ukupnom broju korisnika ili prema ukupnom broju ostvarenih minuta, odnosno ukupnom trajanju poziva u mjesnom i/ili međumjesnom prometu na fiksnoj lokaciji.

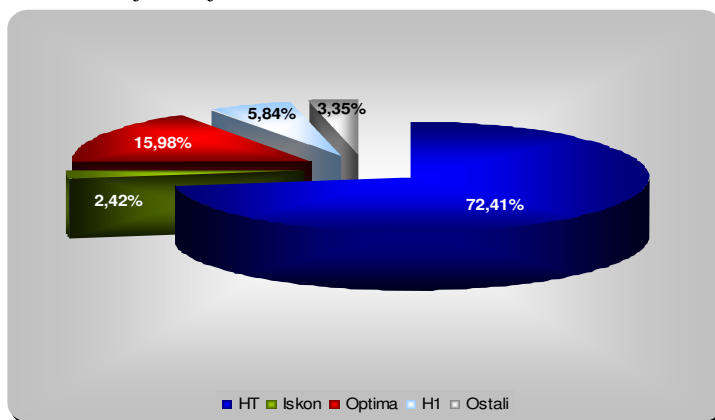
**Slika 2.** Udjeli operatora na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike prema broju korisnika



Izvor: Upitnik za maloprodajna tržišta

Kao što je prikazano (Slika 2.), na kraju 2009. godine tržišni udjel HT-a prema broju korisnika iznosio je 76,52%, dok je tržišni udjel njegovog povezanog društva Iskon Interneta za isto razdoblje iznosio 1,49%. Sukladno navedenom, a uzevši u obzir u prethodnom poglavlju iznesenu činjenicu kako se s aspekta propisa o zaštiti tržišnog natjecanja isti smatraju jednim gospodarskim subjektom te zaključak kako je, u svrhu ispravne procjene tržišne snage potrebno njihove tržišne udjele promatrati zajedno, iz Slike 2. vidljivo je da je tržišni udjel HT-a i njegovog povezanog društva prema broju korisnika na kraju 2009. godine iznosio 78,01%, dok ostali operatori zajedno dostižu 21,99% ukupnog tržišnog udjela prema broju korisnika. Naime, tržišni udjel Optima Telekom-a prema broju korisnika iznosi 14,10%. H1 Telekom prema broju korisnika čini 5,24% ukupnog tržišta, dok je tržišni udjel ostalih operatora manji od 3,00%.

**Slika 3.** Udjeli operatora na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike prema broju ostvarenih minuta u mjesnom i/ili međumjesnom prometu na fiksnoj lokaciji



Izvor: Upitnik za maloprodajna tržišta

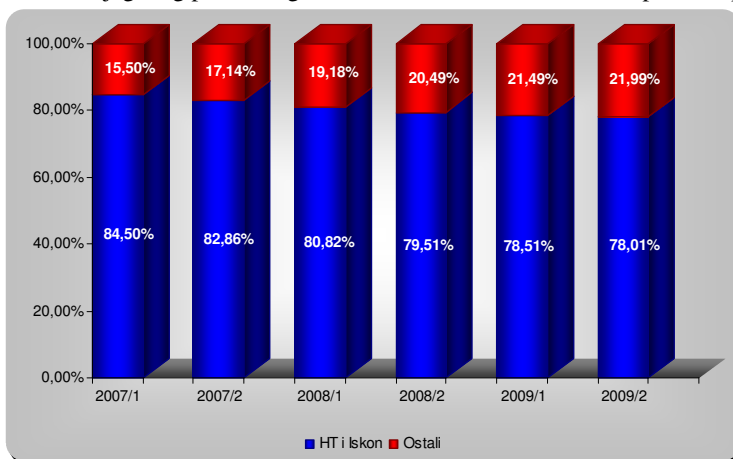
Kao što je prikazano (Slika 3.), na kraju 2009. godine tržišni udjel HT-a prema broju ostvarenih minuta u mjesnom i/ili međumjesnom prometu na fiksnoj lokaciji iznosio je



72,41%, dok je tržišni udjel njegovog povezanog društva Iskon Interneta za isto razdoblje iznosio 2,42%. S obzirom da se s aspekta propisa o zaštiti tržišnog natjecanja isti smatraju jednim gospodarskim subjektom te već izneseni zaključak kako je, u svrhu ispravne procjene tržišne snage potrebno njihove tržišne udjele promatrati zajedno, iz Slike 2. vidljivo je da je tržišni udjel HT-a i njegovog povezanog društva prema broju ostvarenih minuta u mjesnom i/ili međumjesnom prometu na fiksnoj lokaciji na kraju 2009. godine iznosio 74,83%, dok ostali operatori zajedno dostižu 25,17% ukupnog tržišnog udjela. Naime, tržišni udjel Optima Telekom-a prema broju ostvarenih minuta u mjesnom i/ili međumjesnom prometu na fiksnoj lokaciji iznosi 15,98%. H1 Telekom prema broju ostvarenih minuta u mjesnom i/ili međumjesnom prometu na fiksnoj lokaciji čini 5,84% ukupnog tržišta, dok je tržišni udjel ostalih operatora manji od 4,00%.

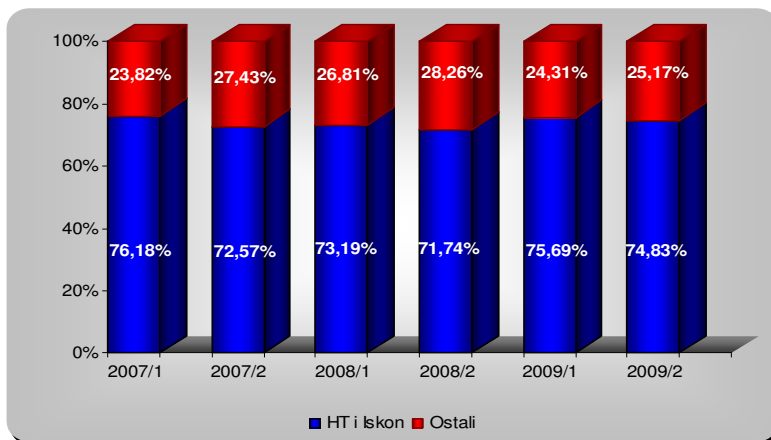
S obzirom na prethodno utvrđeni nerazmjer u tržišnom udjelu kako prema broju korisnika tako i prema broju ostvarenih minuta u mjesnom i/ili međumjesnom prometu na fiksnoj lokaciji, HAKOM smatra prikladnim, te će za potrebe daljnje analize, donošenja zaključaka o pojedinačnoj značajnoj tržišnoj snazi operatora i određivanja regulatornih obveza, kao i svih pripadajućih međusobnih usporedbi i odnosa među operatorima na tržištu, u nastavku dokumenta promatrati s jedne strane HT i njegovo povezano društvo Iskon Internet, a s druge strane ostale operatore zajedno.

**Slika 4** Tržišni udjel HT-a i njegovog povezanog društva Iskon Interneta i ostalih operatora po broju korisnika



Izvor: Upitnik za maloprodajna tržišta

**Slika 5** Tržišni udjel HT-a i njegovog povezanog društva Iskon Interneta i ostalih operatora po broju minuta ostvarenih od strane privatnih korisnika u mjesnom i/ili međumjesnom prometu na fiksnoj lokaciji



Izvor: Upitnik za maloprodajna tržišta

Slike 4. i 5. prikazuju tržišne udjele HT-a i njegovog povezanog društva Iskon Interneta i ostalih operatora u razdoblju od prve polovice 2007. godine, zaključno s krajem 2009. godine, prema broju korisnika, odnosno, prema broju ostvarenih minuta poziva u mjesnom i/ili međumjesnom prometu.

Do 2005. godine na tržištu elektroničkih komunikacija u Republici Hrvatskoj javno dostupnu telefonsku uslugu nudio samo monopolistički operator HT. Tek u drugoj polovici 2005. godine na tržište usluga nepokretnih mreža ulaze prvi alternativni operatori Optima Telekom i Portus (danas H1 Telekom), koji javno dostupnu telefonsku uslugu počinju nuditi krajnjim korisnicima u svibnju i lipnju 2005. godine. HT je 30. svibnja 2006. godine postao vlasnikom 100% dionica Iskon Interneta. Iz prethodno navedenih razloga ne iznenađuje tržišni udjel HT-a i Iskon Interneta prema broju korisnika, koji u prvoj polovici 2007. godine iznosi 84,50%. U promatranom razdoblju (od prve polovice 2007. godine zaključno s krajem 2009. godine), ostali operatori postupno su povećavali svoj tržišni udjel koji na kraju 2009. godine iznosi 21,99%. U skladu s navedenim, broj korisnika, odnosno tržišni udjel HT-a i Iskona kroz promatrano razdoblje postupno se smanjuje, međutim, i dalje ostaje relativno visok (78,01%).

Nadalje, tržišni udjel HT-a i Iskon Interneta prema broju ostvarenih minuta poziva privatnih korisnika u mjesnom i/ili međumjesnom prometu na fiksnoj lokaciji (Slika 5.), pao je u promatranom razdoblju sa 76,18%, koliko je iznosio u prvoj polovici 2007. godine, na 74,83% na kraju 2009. godine.

HAKOM ocjenjuje kako prikazani trendovi (Slika 4. i 5.) ukazuju na činjenicu kako tržište postupno postaje konkurentnije, međutim, isti nedvosmisleno ukazuju na značajnu tržišnu snagu HT-a i njegovog povezanog društva Iskon Interneta. Naime, prema utvrđenoj sudskoj praksi, tržišni udjel operatora koji premašuje 50%, je sam po sebi, osim u iznimnim okolnostima, dovoljan dokaz postojanja vladajućeg položaja. HAKOM smatra da će se prikazani trend blagog smanjivanja tržišnog udjela HT-a i njegovog povezanog društva Iskon Interneta nastaviti i u idućem trogodišnjem razdoblju na koje se odnosi ova analiza, ali ipak nije realno očekivati da će isti pasti ispod 50%.

Uzimajući u obzir stav Europske komisije prema kojem visok tržišni udjel nije sam po sebi dovoljna mjera kako bi se utvrdilo postojanje značajne tržišne snage na određenom tržištu, HAKOM će u nastavku, za iste potrebe, primijeniti i druga mjerila iz članka 55. ZEK-a. Pritom je bitno napomenuti kako će i pri procjeni postojanja značajne tržišne snage analizom

spomenutih mjerila HAKOM osobito voditi računa da se navedena društva smatraju jedinstvenim gospodarskim subjektom, neovisno na koje se društvo kao zasebnu pravnu osobu pojedino mjerilo odnosi.

### **5.2.2. Nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke zapreke razvoju infrastrukturne konkurencije**

HT je bivši monopolist i vlasnik elektroničke komunikacijske mreže sa 1.433.064 aktivnih telefonskih priključaka<sup>34</sup>. Zemljopisna dostupnost/raširenost telefonskih priključaka je izrazito široka s obzirom da je HT, kao davatelj osnovne telekomunikacijske usluge, sukladno ZOT-u, bio obvezan svim korisnicima ponuditi pristup svojoj mreži. HT je izgradio vlastitu pristupnu mrežu u razdoblju dok je bio javno poduzeće i dio HPT-a<sup>35</sup>, te nakon toga, u razdoblju u kojem je uživao ekskluzivna prava.

Za ostale operatore, koji postoje na tržištu ili planiraju ući na tržište, gradnja vlastite pristupne infrastrukture je otežana zbog visokih i većinom nenadoknadivih troškova ulaganja zbog potrebe kopanja i povlačenja distributivne telekomunikacijske kanalizacije. Gradnja i stavljanje u uporabu vlastite pristupne infrastrukture iziskuje visoka kapitalna ulaganja te detaljno razrađene poslovne planove i razumno vrijeme povrata uloženi sredstava. U skladu s navedenim može se zaključiti kako ulazak na tržište zahtijeva od novih operatora značajna ulaganja i to većinom u obliku nenadoknadivih troškova, koje operatori neće moći nadoknaditi u slučaju tržišnog neuspjeha i izlaska s tržišta. Stoga, uzimajući u obzir zemljopisnu rasprostranjenost pristupne (mrežne) infrastrukture HT-a, te činjenicu da je ista građena tijekom dugog razdoblja, odnosno u razdoblju, kako je već navedeno, kada je HT bio javno poduzeće kao i u sljedećem razdoblju kada je uživao ekskluzivna prava, repliciranje pristupne (mrežne) infrastrukture HT-a za pružanje javno dostupne telefonske usluge isključivo privatnim korisnicima nije ekonomski opravdano.

Isto tako, ulaganje u mreže nove generacije, odnosno povlačenje svjetlovodnih kabela unutar postojeće pristupne infrastrukture, zauzima mali udjel u ukupnim troškovima gradnje pristupne infrastrukture, s obzirom da troškovi kopanja zauzimaju oko 50-80% u ukupnim troškovima izgradnje pristupne infrastrukture. Stoga, HAKOM smatra da bi ulaganjima u pristupnu svjetlovodnu mrežu HT mogao jačati svoj tržišni položaj, s obzirom da u većini slučajeva već ima izgrađenu pristupnu infrastrukturu unutar koje će povući pristupnu mrežu na temelju svjetlovodnog kabela, a što mu daje prednost nad novim operatorima.

Nadalje, regulacijom veleprodajnih tržišta pristupa, odnosno tržišta započinjanja (originacije) poziva iz javnih komunikacijskih mreža koje se pruža na fiksnoj lokaciji, HAKOM je omogućio novim operatorima uspostavljanje direktnog<sup>36</sup> ili indirektnog<sup>37</sup> pristupa mreži HT-a, čime je ujedno olakšao novim operatorima pristup krajnjem korisniku. Međutim,

<sup>34</sup> Broj aktivnih telefonskih priključaka iz upitnika za razdoblje 2009/2

<sup>35</sup> Hrvatska pošta i telekomunikacije

<sup>36</sup> Kao i u dokumentu Tržište javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike – Test tri mjerila, pojmam „direktni pristup“ podrazumijeva pristup krajnjem korisniku putem veleprodajne usluge izdvojene lokalne petlje

<sup>37</sup> Kao i u dokumentu Tržište javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike – Test tri mjerila, pojmam „indirektni pristup“ podrazumijeva uslugu Bitsteram pristupa, uslugu predodabira operatora te uslugu najma korisničke linije koju je HT obvezan ponuditi 01. srpnja 2011. godine

navedenim nije uklonjena, već je samo ublažena prednost HT-a nad ostalim operatorima, a koja proizlazi i iz vlasništva nad mrežnom infrastrukturom.

Slijedom navedenog, HAKOM smatra, kako u vremenu na koje se odnosi ova analiza, niti jedan operator neće moći replicirati mrežnu infrastrukturu HT-a i na taj način ugroziti njegov tržišni položaj.

### 5.2.3. Stupanj vertikalne integracije

Vertikalna integracija podrazumijeva operatora koji je prisutan na više različitih, vertikalno povezanih, veleprodajnih i maloprodajnih tržišta. Vertikalna integracija se, sukladno Smjernicama Europske komisije, tretira kao zauzimanje tržišne moći. Takvo zauzimanje tržišne moći<sup>38</sup> je pokušaj istiskivanja konkurencije s potencijalno konkurentskog tržišta ili samo ometanje konkurencije pri ulasku na tržište.

Na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike trenutno usluge krajnjim korisnicima nudi deset operatora. Od svih operatora samo je HT vertikalno integrirani operator odnosno operator koji djeluje na maloprodajnom tržištu javno dostupne telefonske usluge koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike te povezanim veleprodajnim tržištima pristupa, odnosno na tržištu započinjanja (originacije) poziva iz javnih komunikacijskih mreža koje se pruža na fiksnoj lokaciji. Temeljem navedenog, a uzimajući u obzir da HT raspolaže mrežnom infrastrukturom na cijelom području Republike Hrvatske, vertikalna integracija i kontrola nad infrastrukturom pružaju mu ključnu prednost u odnosu na druge operatore na maloprodajnom tržištu iz čega se zaključuje kako HT ima visoki stupanj vertikalne integracije koja dodatno jača tržišnu poziciju istog i posljedično slabi tržišnu poziciju ostalih operatora na tržištu.

Nadalje, regulacija odgovarajućih veleprodajnih tržišta, odnosno, veleprodajne ponude putem kojih operatori mogu ostvariti direktni ili indirektni pristup mreži bivšeg monopolista, tek djelomično ublažavaju postojanje visokog stupnja vertikalne integracije HT-a. Osim toga, neke od njih, kao primjerice usluga najma korisničke linije tek će postati dostupne operatorima od 01. srpnja 2011. godine. HAKOM očekuje da će navedena usluga najma korisničke linije pridonijeti daljnjem razvoju konkurencije na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike, međutim prve opipljive rezultate uvođenja iste očekuje tek po proteku razdoblja na koje se odnosi ova analiza. Slijedom navedenog, HAKOM smatra kako, usprkos postojanju navedenih veleprodajnih ponuda, visok stupanj vertikalne integracije HT-a dodatno jača tržišnu poziciju istog.

### 5.2.4. Ekonomije razmjera

Ekonomije razmjera (eng. *economy of scale*) nastaju smanjivanjem jediničnih (prosječnih) troškova proizvodnje, zbog povećanja obujma (volumena) proizvodnje.

HT je dugo godina bio jedini operator, odnosno monopolist, koji je pružao pristup javno dostupnoj telefonskoj usluzi u nepokretnoj mreži, a samim time i javno dostupnu telefonsku uslugu privatnim korisnicima na području Republike Hrvatske i kao takav uživa prednosti ekonomija razmjera pružajući javno dostupnu telefonsku uslugu. Iz navedenog slijedi kako je

<sup>38</sup> Smjernice Europske komisije o analizi tržišta i procjeni značajne tržišne snage

jedinični trošak HT-a za pružanje navedene usluge puno niži od troška koji će za istu uslugu imati operator koji tek ulazi na tržište ili operator koji za pružanje samo javno dostupne telefonske usluge koristi uslugu predodabira operatora (a koja usluga predstavlja indirektan pristup mreži). Navedeno je vidljivo iz činjenice o troškovima ulaska na tržište novih operatora, koji su opisani u poglavlju 5.2.2, odnosno o troškovima ostvarivanja pristupa krajnjem korisniku u svrhu pružanja javno dostupne telefonske usluge.

Naime, trošak usluge započinjanja (originacije) poziva operatora koji koriste indirektan pristup mreži odnosno veleprodajnu uslugu predodabira operatora je po minuti poziva uvijek isti, bez obzira koliko minuta poziva su korisnici tog operatora generirali. Za razliku od ostalih operatora, u slučaju HT-a, ukupni trošak usluge po jedinici pružanja usluge pada u odnosu na ostvareni broj minuta s obzirom da je HT infrastrukturni operator odnosno posjeduje vlastitu pristupnu mrežu. Osim toga, tržišni udjel HT-a prikazuje veličinu HT-ove korisničke baze koja generira iznimno veliki broj minuta u odnosu na ostale operatore iz čega proizlazi da HT u potpunosti može koristiti ekonomiju razmjera.

### 5.2.5. Ekonomije opsega

Ekonomije opsega (eng. *economy of scope*) se odnose na potencijalne prednosti operatora dobivene zajedničkom ponudom različitih proizvoda i usluga. Infrastrukturni operatori su horizontalno integrirani operatori odnosno operatori koji krajnjim korisnicima nude čitavu lepezu usluga (javno dostupna telefonska usluga, usluga širokopojasnog pristupa Internetu, usluga IPTV-a). Upravo spomenuta horizontalna integriranost omogućava operatorima korištenje prednosti ekonomija opsega.

Operatori koji ulaze na tržište javno dostupne telefonske usluge, za prvu će akviziciju korisnika većinom izabrati indirektan pristup mreži kroz uslugu predodabira operatora, a ne direktan pristup mreži kroz uslugu izdvojene lokalne petlje ili gradnju vlastite pristupne mreže zbog nižih nenadoknadivih troškova. Uzevši u obzir da je usluga predodabira operatora usluga koja omogućava lakši ulazak na tržište javno dostupne telefonske usluge odnosno omogućava pružanje samo javno dostupne telefonske usluge, operatori neće biti u mogućnosti koristiti prednosti ekonomija opsega. Drugim riječima, operatori koji koriste indirektan pristup mreži ne mogu koristiti prednosti ekonomija opsega kao bivši monopolist uzevši u obzir da krajnjim korisnicima nude javno dostupnu telefonsku uslugu, a bivši monopolist je u mogućnosti nuditi čitavu lepezu maloprodajnih usluga. Osim toga ponuda svih usluga koje trenutačno nudi i bivši monopolist bi zahtijevala iznimno visoka ulaganja od strane novih operatora koje oni u inicijalnoj fazi ne mogu realizirati.

### 5.2.6. Stupanj diverzifikacije proizvoda ili usluga

Kao što je već spomenuto u poglavlju 5.2.2. na tržištu trenutno postoji jedna veleprodajna ponuda usluge indirektnog pristupa korisnicima – usluga predodabira operatora, dok će usluga najma korisničke linije, koja također predstavlja uslugu indirektnog pristupa korisnicima biti omogućena tek 01. srpnja 2011. godine. Navedena ponuda predodabira operatora novim operatorima omogućava da uz niže nenadoknadle troškove ponude krajnjim korisnicima isključivo javno dostupnu telefonsku uslugu, ali im ne omogućava da korisnicima ponude cijelu lepezu usluga (pristup, širokopojasni pristup Internetu, IPTV). S druge strane, HT, kao operator koji posjeduje vlastitu mrežu trenutno korisnicima nudi povezanu uslugu pristupa i javno dostupne telefonske usluge.

Kao što je spomenuto, novi operatori će navedeno biti u mogućnosti ponuditi tek od 01. srpnja 2011. godine, od kada će biti u mogućnosti ugovarati dodatnu uslugu indirektnog pristupa mreži putem usluge najma korisničke linije. Međutim, stvarni efekti navedene usluge na tržište bit će vidljivi tek po proteku razdoblja na koje se odnosi ova analiza, budući da će krajnjim korisnicima biti potrebno određeno razdoblje da prepoznaju da i ostali operatori na tržištu osim HT-a imaju mogućnost ponuditi povezanu uslugu pristupa i javno dostupne telefonske usluge.

Iako postoji veleprodajna usluga izdvojenog pristupa lokalnoj petlji temeljem koje bi novi operatori mogli ponuditi krajnjim korisnicima cijelu lepezu usluga, odnosno postići viši stupanj diverzifikacije usluga, korištenje navedene usluge zahtijeva značajne investicije od strane novih operatera te HAKOM istu nije uzeo u obzir kao realnu mogućnost.

U tom smislu, s obzirom na prateće (nenadoknadive) troškove, izrazito visok stupanj diverzifikacije proizvoda HT-a drugi operatori teško mogu nadmašiti, zbog čega prema mišljenju HAKOM-a isti predstavlja značajnu prednost HT-a u odnosu na nove operatore.

### **5.3. Zaključak o procjeni postojanja operatora sa značajnom tržišnom snagom i ocjena djelotvornosti tržišnog natjecanja**

Na temelju analize mjerila iz članka 55. ZEK-a, HAKOM je došao do zaključka da HT sa svojim povezanim društvom Iskon Internetom ima status operatora za značajnom tržišnom snagom.

Temeljem navedenog, HAKOM određuje operatora HT sa svojim povezanim društvom Iskon Internetom operatorom sa značajnom tržišnom snagom. Međutim, uzevši u obzir da su u statusno pravnom pogledu HT i Iskon Internet dvije pravne osobe koje su pri tome povezana društva, HAKOM će prepreke razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja i regulatorne obveze određene na temelju utvrđenih prepreka (navedeno je obrađeno u poglavljima 6. i 7. ovog dokumenta) promatrati i određivati zasebno za društvo HT i zasebno za društvo Iskon Internet.

Na temelju provedene analize, a u skladu s navedenim u prethodnom odlomku, HAKOM je utvrdio da na mjerodavnom tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike ne postoji djelotvorno tržišno natjecanje te da trgovačko društvo HT sa svojim povezanim društvom Iskon Internetom ima značajnu tržišnu snagu na tom mjerodavnom tržištu, odnosno da ima položaj koji odgovara vladajućem položaju, što znači da se nalazi u takvom gospodarskom položaju koji mu omogućuje da se u značajnoj mjeri ponaša neovisno o konkurenciji, korisnicima usluga i potrošačima.

HAKOM je postojanje značajne tržišne snage trgovačkog društva HT sa svojim povezanim društvom Iskon Internetom utvrdio na temelju visokog tržišnog udjela istih koji je u promatranom razdoblju relativno stabilan i na kraju 2009. godine, prema broju korisnika iznosi 78,01%, odnosno 74,83% prema broju ostvarenih minuta u mjesnom i/ili međumjesnom prometu na fiksnoj lokaciji privatnih korisnika. Nadalje, HAKOM je navedeni zaključak potkrijepio i ostalim mjerilima iz članka 55. ZEK-a i to: nadzor infrastrukture kod koje postoje velike zapreke razvoju infrastrukturne konkurencije, stupanj vertikalne integracije, ekonomije razmjera, ekonomije opsega te stupanj diverzifikacije proizvoda ili usluga. HAKOM smatra kako analiza drugih mjerila nije potrebna, odnosno kako bi analiza



istih, pored gore obrađenih, također dovela do zaključka da HT sa svojim povezanim društvom Iskon Internetom ima značajnu tržišnu snagu mjerodavnom tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike.



## 6. Prepreke razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja

### 6.1. Uvod

U ovom poglavlju će se analizirati sve moguće prepreke razvoju tržišnog natjecanja koje bi se na mjerodavnom tržištu ili mjerodavnim tržištima u odsustvu regulacije mogle pojaviti, a kako bi se najbolje moglo odrediti regulatorne obveze koje će najefikasnije ukloniti uočene prepreke, što bi trebalo dovesti do uklanjanja prepreka ulasku na tržište i razvoju konkurencije na tržištu, a s krajnjim ciljem očuvanja interesa krajnjih korisnika.

Sukladno članku 56. stavku 3. ZEK-a, regulatorne obveze moraju se temeljiti na prirodi utvrđenog nedostatka na tržištu te moraju biti razmjerne i opravdane s obzirom na regulatorna načela i ciljeve iz članka 5. ZEK-a.

Pod preprekama razvoju tržišnog natjecanja smatra se svako postupanje operatora sa značajnom tržišnom snagom koje je usmjereno na istiskivanje postojećih konkurenata s tržišta, sprečavanje ulaska na tržište novim konkurentima ili svako postupanje suprotno interesima krajnjih korisnika<sup>39</sup>.

Budući da postupak određivanja regulatornih obveza, definiran novim regulatornim okvirom i ZEK-om, ne pretpostavlja da se iskorištavanje statusa značajne tržišne snage stvarno i dogodilo, svaka prepreka razvoju tržišnog natjecanja može biti promatrana kao moguća prepreka razvoju tržišnog natjecanja, odnosno ona za koju se može pretpostaviti da bi se pod određenim okolnostima mogla i dogoditi.

Iako moguće prepreke razvoju tržišnog natjecanja već proizlaze iz regulatorne prakse europskih zemalja, ne smatra se da se svaka od postojećih/već poznatih prepreka razvoju tržišnog natjecanja automatski pojavljuje na svakom tržištu i u svakoj situaciji. U navedenom je i najveća razlika između starog regulatornog okvira i ZOT-a te novog regulatornog okvira i ZEK-a. Naime, starim zakonskim okvirom bilo je automatski određeno da su operatoru sa značajnom tržišnom snagom nametnute sve obveze definirane ZOT-om, a bez da se potreba za tim i dokazala. No, u skladu s gore u tekstu spomenutim člankom 56. stavkom 3. ZEK-a, regulatorno tijelo analizom treba prepoznati sve moguće prepreke razvoju tržišnog natjecanja da bi se na pojavljivanje istih u praksi moglo, određivanjem opravdane regulatorne obveze, preventivno djelovati. Slijedom svega navedenog, HAKOM smatra kako regulatorna intervencija, odnosno određivanje regulatornih obveza, uvijek treba biti utemeljena na specifičnim nacionalnim okolnostima, a koje su utvrđene procesom analize tržišta iz poglavlja 4. i 5. ovog dokumenta.

U regulatornoj praksi su prepoznate tri osnovne vrste postupanja kojima se stvaraju prepreke razvoju tržišnog natjecanja i to kako slijedi:

1. prenošenje značajne tržišne snage operatora sa značajnom tržišnom snagom s tržišta na kojem ima značajnu tržišnu snagu na susjedno vertikalno ili horizontalno tržište;
2. različita postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom koja može koristiti kako bi zadržao status značajne tržišne snage koji posjeduje na pojedinom tržištu (podizanje prepreka za ulazak na određeno tržište) i

<sup>39</sup> citat iz dokumenta „Revised ERG Common Position on the approach to appropriate remedies in the ECNS regulatory framework; Final Version May 2006 (ERG (06) 33)“



3. postupanja koja se mogu svesti pod pojam „tipično monopolističko ponašanje“ (eng. *textbook monopoly behaviour*).

Prepreke razvoju tržišnog natjecanja se u svojoj definiciji odnose na: „...*svako postupanje operatora sa značajnom tržišnom snagom...*“, iz čega proizlazi da se prepoznavanje mogućih prepreka razvoju tržišnog natjecanja najviše odnosi na otkrivanje situacija u kojima bi se prepoznala postupanja odnosno ponašanja operatora sa značajnom tržišnom snagom. Da bi se moglo preventivno djelovati na svako postupanje koje je u suprotnosti s razvojem djelotvornog tržišnog natjecanja i svako postupanje suprotno interesima krajnjih korisnika, regulatorne obveze moraju utjecati i regulirati postupke operatora sa značajnom tržišnom snagom. Stoga su regulatorne obveze, novim regulatornim okvirom i ZEK-om, usmjerene na sprečavanje određenog postupanja operatora. Sve navedeno ne znači da određeni problemi na nekom tržištu ne proizlaze i iz strukturalnih i regulatornih prepreka, a koje će u cijelom postupku određivanja regulatornih obveza također biti uzete u obzir.

Gore u tekstu su prepoznate tri osnovne vrste postupanja kojima se stvaraju prepreke razvoju tržišnog natjecanja. No isto tako, prepreke razvoju tržišnog natjecanja se mogu sagledati u dvije osnovne dimenzije i to:

- tržišnoj dimenziji i
- uzročno posljedičnoj dimenziji.

### 6.1.1. Tržišna dimenzija prepreka razvoju tržišnog natjecanja

Promatrajući tržišnu dimenziju, u regulatornoj praksi se prepoznaju četiri različita slučaja ovisno o razinama na kojima se događaju, i to kako slijedi:

- **Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage**

Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage se odnosi na situaciju u kojoj je operator prisutan na više različitih tržišta, odnosno na veleprodajnom i srodnom vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu<sup>40</sup>. Operator sa značajnom tržišnom snagom na određenom veleprodajnom tržištu nudi određene veleprodajne usluge koje su neophodne za pružanje usluge na srodnom vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu. Operator sa značajnom tržišnom snagom može, putem veleprodajne usluge, pokušati prebaciti tržišnu snagu, s tržišta na kojem ima status značajne tržišne snage, na potencijalno konkurentno maloprodajno tržište. Ako prenošenje tržišne snage uspije, operator će imati značajnu tržišnu snagu na oba tržišta, veleprodajnom i maloprodajnom. U navedenoj dimenziji postoji 11 tipičnih postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom koja su prepoznata u regulatornoj praksi, a koja su definirana u poglavlju 6.1.3. ovog dokumenta.

- **Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage**

Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage se odnosi na situaciju u kojoj operator posluje na različitim tržištima koja nisu vertikalno povezana i ima status značajne tržišne snage na jednom od njih. Pod određenim okolnostima može pokušati prenijeti značajnu tržišnu snagu s jednog tržišta na kojem ima status značajne tržišne snage na drugo,

<sup>40</sup> operator sa značajnom tržišnom snagom može biti prisutan i na dva srodna vertikalno povezana veleprodajna tržišta

potencijalno konkurentno tržište. Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage može se dogoditi između maloprodajnih tržišta, veleprodajnih tržišta ili između veleprodajnog i, ne vertikalno povezanog, maloprodajnog tržišta. U navedenoj dimenziji postoje 2 tipična postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom koja su prepoznata u regulatornoj praksi, a koja su definirana u poglavlju 6.1.3. ovog dokumenta.

- **Značajna tržišna snaga na pojedinom/jednom tržištu**

Navedeni slučaj se odnosi, kako na moguće veleprodajno, tako i na moguće određeno maloprodajno tržište. U ovom slučaju operator sa značajnom tržišnom snagom može raznim postupanjima pokušati podići prepreke za ulazak na navedeno tržište kako bi zaštitio svoj položaj značajne tržišne snage ili može posegnuti za tipičnim monopolističkim ponašanjem u svrhu očuvanja položaja značajne tržišne snage. Svi navedeni postupci u konačnici utječu na interese krajnjih korisnika. U navedenoj dimenziji postoji 10 tipičnih postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom koja su prepoznata u regulatornoj praksi, a koja su definirana u poglavlju 6.1.3. ovog dokumenta.

- **Završavanje (terminacija) poziva**

Navedena dimenzija, iako sadrži i tipična postupanja koja su definirana u prva tri slučaja, je posebno obrađena iz razloga što su tržišta terminacije različite prirode od ostalih tržišta. Naime, tržišta terminacije odnose se na situaciju dvostranog pristupa (eng. *two-way access*) u kojem dvije ili više mreža pružaju istu uslugu te se, kako bi krajnji korisnici mogli međusobno komunicirati, moraju međusobno povezati. U navedenoj situaciji različiti operatori pregovaraju o uvjetima međupovezivanja na veleprodajnoj razini. Nakon što dogovore veleprodajne uvjete međupovezivanja, postavljaju cijene na maloprodajnoj razini na kojoj mogu i ne moraju biti konkurenti (operatori pokretnih i nepokretnih mreža). Kao što je gore i navedeno, zbog specifičnosti tržišta terminacije, tipična postupanja, odnosno prepreke razvoju tržišnog natjecanja u ostalim gore spomenutim slučajevima, su posebno obrađena i u ovom slučaju. U navedenoj dimenziji postoje 4 tipična postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom koja su prepoznata u regulatornoj praksi, a koja su definirana u poglavlju 6.1.3. ovog dokumenta. No, isto tako neka druga postupanja odnosno prepreke razvoju tržišnog natjecanja definirana u prva tri slučaja su moguća i na tržištima terminacije.

### **6.1.2. Uzročno posljedična dimenzija prepreka razvoju tržišnog natjecanja**

Druga dimenzija koju bi trebalo sagledati kod postupanja operatora, odnosno mogućih prepreka razvoju tržišnog natjecanja, je uzročno posljedična dimenzija. Naime, svaka prepreka razvoju tržišnog natjecanja odnosno određeno postupanje operatora sa značajnom tržišnom snagom ima određeni cilj, odnosno svako postupanje je uzrok koji vodi do određene posljedice na tržištu, na postojeće i potencijalne konkurente ili krajnje korisnike.

Uzročno posljedična dimenzija je drugi način sagledavanja problematike prepreka razvoju tržišnog natjecanja, ali pomaže u dinamičkom, vremenskom shvaćanju posljedica određenih prepreka razvoju tržišnog natjecanja, odnosno, postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Promatrajući uzročno posljedičnu dimenziju u regulatornoj praksi se prepoznaju sljedeći elementi:

- a) **Strateške varijable:** cijena, kvaliteta, vrijeme, informacije, itd.
- b) **Postupanje:** cjenovna diskriminacija, diskriminacija kvalitetom, taktike odgađanja, skrivanje/uskraćivanje informacija, itd.
- c) **Posljedice:** podizanje troškova izravnih konkurenata, smanjivanje prodaje izravnih konkurenata, istiskivanje cijene, sprječavanje ulaska/gubitak prava.

### 6.1.3. Pregled prepreka razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja prepoznatih u europskoj praksi

Kao što je gore u tekstu i navedeno, prepreke razvoju tržišnog natjecanja predstavljaju određena postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Prema dokumentu ERG (06) 33 u europskoj regulatornoj praksi postoji 27 uobičajenih prepreka razvoju tržišnog natjecanja koje su prepoznate u praksi. Većina prepreka je bazirana na iskustvima regulatornih tijela i pokazuje stvarne situacije u sektoru elektroničkih komunikacija, no isto tako regulatorno tijelo ništa ne sprječava u prepoznavanju mogućih prepreka razvoju tržišnog natjecanja izvan zadanog okvira, a koje su specifične za određenu državu ili određeno tržište.

Imajući na umu obrađeno u prijašnjem poglavlju odnosno tržišnu i uzročno posljedičnu dimenziju prepreka razvoju tržišnog natjecanja odnosno postupanja operatora, u nastavku se nalazi popis od 27 uobičajenih prepreka razvoju tržišnog natjecanja koje su prepoznate u praksi. U navedenom popisu su sadržane i tržišna i uzročno posljedična dimenzija u dijelu u kojem se spominju strateške varijable i postupanje operatora.

Uobičajene prepreke razvoju tržišnog natjecanja prema tržišnoj dimenziji i postupanjima operatora su kako slijedi:

#### Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage

- odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa
- diskriminirajuće korištenje informacija ili uskraćivanje informacija
- taktike odgađanja
- grupiranje/vezanje usluga
- nerazumni/neopravdani zahtjevi
- diskriminacija kakvoćom usluge
- strateški dizajn proizvoda
- neopravdano korištenje informacija o konkurentima
- diskriminacija na cjenovnoj osnovi
- unakrsno subvencioniranje
- predatorske cijene

#### Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage

- grupiranje/vezanje usluga
- unakrsno subvencioniranje

### Značajna tržišna snaga na jednom tržištu

- strateški dizajn proizvoda koji podiže troškove prelaska korisnika
- uvjeti ugovora koji podižu troškove prelaska korisnika
- ekskluzivni dogovor(i)
- prekomjerna ulaganja
- predatorske cijene
- previsoke cijene
- diskriminacija na cjenovnoj osnovi
- nedostatna ulaganja
- previsoki troškovi/neefikasnost
- niska kakvoća usluge

### Završavanje (terminacija) poziva

- prešutni sporazum(i)
- previsoke cijene
- diskriminacija na cjenovnoj osnovi
- odbijanje dogovora/uskraćivanje međupovezivanja

Kako bi regulatorno tijelo bilo u mogućnosti izabrati regulatorne obveze koje će najbolje riješiti prepoznate prepreke razvoju tržišnog natjecanja na mjerodavnom tržištu/tržištima, osnovno je utvrditi uzrok odnosno izvor značajne tržišne snage operatora. Naime, prema mišljenju HAKOM-a, uzrok odnosno izvor značajne tržišne snage operatora ukazuje na postojanje određenih prepreka razvoju tržišnog natjecanja u odsustvu regulacije.

Pravodobnom reakcijom i dobro određenim regulatornim obvezama, regulatorno tijelo može utjecati na sprječavanje prenošenja značajne tržišne snage na susjedna tržišta i podizanje prepreka ulasku na tržište, a čime će izravno pomoći ulasku na tržište i razvoju konkurencije na tržištu. Na tržištima gdje je ulazak na tržište novih operatora malo vjerojatan i gdje tržišna snaga ostaje/odolijeva zbog prednosti prvog ulaska (eng. *first mover advantage*), regulatorno tijelo mora zaštititi korisnike od postupanja koje je suprotno interesima krajnjih korisnika i neefikasnosti operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Iz svega navedenog proizlazi da bi se za odabiranje odgovarajuće regulatorne obveze i prepoznavanje korijena problema trebalo sagledati ukupnu sliku na tržištima i utvrditi izvor značajne tržišne snage operatora uz definiranje mogućih strukturalnih i regulatornih prepreka, a što je, kako je gore u tekstu i navedeno, utvrđeno procesom analize tržišta.

## **6.2. Prepreke razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike**

U ovom poglavlju HAKOM će analizirati i obrazložiti moguće prepreke razvoju tržišnog natjecanja koje se u odsustvu regulacije, a u razdoblju na koje se odnosi analiza, mogu pojaviti na mjerodavnom tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike. Prepreke razvoju tržišnog natjecanja mogu proizaći iz sposobnosti ili namjere operatora da na tržištu iskoristi svoj veliki tržišni udjel, odnosno dominantni položaj.

HAKOM smatra kako postoje dvije vrste prepreka razvoju tržišnog natjecanja: prepreke razvoju tržišnog natjecanja koje su se već dogodile u praksi na tržištima definiranim ZOT-om i prepreke razvoju tržišnog natjecanja koje bi se, na mjerodavnom tržištu obrađenom ovim dokumentom, u odsustvu regulacije, mogle dogoditi, odnosno prepreke koje bi se mogle pojaviti u slučaju da HAKOM ne regulira tržište na kojem postoje operatori sa značajnom tržišnom snagom. Prilikom određivanja regulatornih obveza, a u skladu s dokumentom ERG (06) 33, HAKOM nije radio razliku između gore navedenih prepreka te je u skladu s time i određivao regulatorne obveze. Drugim riječima, za određivanje regulatornih obveza nije bitno je li se određena prepreka dogodila u praksi ili je HAKOM predvidio mogućnost pojavljivanja određene prepreke u budućnosti.

Slijedom navedenog u poglavlju 6.1., sukladno definiciji tržišta i temeljem procjene djelotvornosti tržišnog natjecanja te određivanja operatora sa značajnom tržišnom snagom, uzimajući u obzir mjerila kojima se utvrdilo postojanje značajne tržišne snage, HAKOM smatra kako su, u odsustvu regulacije, na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike moguće prepreke razvoju tržišnog natjecanja koje su definirane u poglavljima 6.2.1 i 6.2.2. ovog dokumenta.

Nadalje, HAKOM je u nastavku dokumenta detaljno obradio prepreke razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike koje je, zbog mjerila kojima se dokazalo postojanje značajne tržišne snage, podijelio na prepreke koje se na mjerodavnom tržištu mogu pojaviti kao posljedica iskorištavanja vladajućeg položaja neovisno ostvaruju li se putem HT-a ili povezanog društva HT-a, Iskon Interneta.

## **6.2.1. Prepreke razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike koje su posljedica iskorištavanja statusa operatora sa značajnom tržišnom snagom HT-a**

### **6.2.1.1. Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage**

Gledajući horizontalno prenošenje značajne tržišne snage u regulatornoj praksi su prepoznate dvije prepreke razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja: grupiranje/vezanje usluga i unakrsno subvencioniranje.

Slično kao kod vertikalnog prenošenja značajne tržišne snage, unakrsno subvencioniranje se može dogoditi i na dva horizontalno povezana tržišta. U ovom slučaju, operator sa značajnom tržišnom snagom, postavljajući cijene usluga s tržišta na kojem ima veću konkurenciju ispod troška, može pokušati izbaciti svoje konkurente s tržišta, dok bi gubitke s tog tržišta pokušao nadoknaditi na tržištu na kojem ima slabu konkurenciju ili je uopće nema. HAKOM smatra da bi HT ili HT preko svog povezanog društva Iskon Interneta, u odsustvu regulacije, mogao na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike, gdje je prisutno više operatora nuditi krajnjim korisnicima usluge ispod troška, dok bi gubitke s tog tržišta pokušao nadoknaditi na tržištima na kojima nema izraženu konkurenciju ili ju uopće nema. Takvo postupanje HT-a dovelo bi do istiskivanja konkurencije cijenama na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike, kao i do previsokih cijena na određenim tržištima, najvjerojatnije na tržištima na kojima drugi

operatori nisu prisutni odnosno ne mogu ponuditi identičnu uslugu. Time bi korisnici usluga s drugih tržišta bili primorani plaćati visoke cijene, a drugi operatori bi na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji trpjeli gubitke, a što bi ih u konačnici moglo natjerati i da napuste tržište. S druge strane, HT bi bio u mogućnosti prenijeti značajnu tržišnu snagu s jednog maloprodajnog tržišta na horizontalno povezano tržište i jačati svoj ili tržišni položaj svog povezanog društva Iskon Interneta, što bi, dugoročno gledano, imalo negativne učinke na djelotvorno tržišno natjecanje.

#### **6.2.1.2. Značajna tržišna snaga na jednom tržištu**

Osim vertikalnog i horizontalnog prenošenja značajne tržišne snage, prema dokumentu ERG (06) 33 postoje tri tipična postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom na jednom, određenom tržištu, kojima može pokušati zaštititi svoj položaj, to su:

- otežavanje ulaska primjenom ekonomije razmjera i/ili opsega,
- iskorištavanje korisnika korištenjem predatorskih ili previsokih cijena, kada operator sa značajnom tržišnom snagom koristi svoj položaj za kreiranje neopravdanih cijena usluga ili diskriminacijom korisnika na cjenovnoj osnovi,
- neučinkovitost proizvoda, kada dolazi do nedostatka investicija i/ili pretjeranih troškova, ili do niske kvalitete usluga.

HAKOM je u nastavku podijelio prepreke razvoju tržišnog natjecanja na mjerodavnom tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike koje se odnose na značajnu tržišnu snagu na jednom tržištu sukladno gore navedenoj podjeli te je sve prepreke, za koje smatra da su moguće u odsustvu regulacije, u nastavku posebno obradio.

##### **6.2.1.2.1. Otežavanje ulaska primjenom ekonomije razmjera i/ili opsega**

Na mjerodavnom tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike HT na kraju promatranog razdoblja ima 76,52% tržišnog udjela prema broju korisnika, odnosno 72,41% tržišnog udjela prema broju ostvarenih minuta privatnih korisnika u mjesnom i/ili međumjesnom prometu na fiksnoj lokaciji. Upravo veliki tržišni udjel, odnosno veliki broj korisnika kao i ostvarenih minuta, osigurava HT-u prosječno niže troškove, a time omogućava i niže cijene što predstavlja važan izvor konkurentske prednosti na tržištima gdje je konkurencija cijenama glavni oblik suparništva među poduzećima, kao što je slučaj na tržištu elektroničkih komunikacija.

Naime, temeljem postojećih proizvodnih kapaciteta, odnosno postojeće infrastrukture, svaka dodatna jedinica usluge proizvedena je s nižim prosječnim fiksnim troškovima po jedinici usluge. Dakle, s gledišta ekonomija razmjera HT ima značajnu prednost nad drugim operatorima budući da može nuditi usluge uz znatno niže troškove od drugih operatora koji tek trebaju početi nuditi navedene usluge. Stoga, potencijalni operatori koji bi htjeli pristupiti tržištu, zbog viših troškova pružanja usluga, ne bi bili u mogućnosti ponuditi niže cijene od HT-a, a time bi i teže privukli krajnje korisnike.

Isto tako, HT je kroz godine razvio mrežu te na cijelom teritoriju Republike Hrvatske putem raširene distributivne mreže nudi širok spektar usluga velikom krugu korisnika. Iako još uvijek najvećem broju korisnika pruža javno dostupnu telefonsku uslugu u nepokretnoj mreži,



značajan je trend rasta korisnika kojima pruža i širokopojasni pristup Internetu u obliku MAXadsl usluge i IP televiziju u obliku MAXtv usluge. Svojom prisutnošću na velikom broju tržišta kroz dugi niz godina, HT koristi prednosti ekonomije opsega u većoj mjeri od ostalih operatora.

Sukladno tome, ostali operatori, kako bi konkurirali HT-u na način da i sami uživaju koristi od ekonomija opsega trebaju istovremeno ući na velik broj tržišta, što povećava njihove troškove ulaska koje neće biti u mogućnosti vratiti u trenutku kad odluče, ili budu prisiljeni, napustiti tržište. Slijedom svega navedenog, HAKOM smatra kako postojanje ekonomija opsega može predstavljati zapreku ulasku operatorima koji tek ulaze ili namjeravaju ući na tržište.

#### **6.2.1.2.2. Iskorištavanje korisnika**

Operator sa značajnom tržišnom snagom na određenom tržištu može iskorištavati krajnje korisnike postavljajući previsoke ili pak predatorske cijene svojih usluga ili diskriminacijom korisnika na cjenovnoj osnovi.

Primjena *predatorskih cijena* se odnosi na situacije kada operator sa značajnom tržišnom snagom jedno određeno vrijeme prodaje usluge ispod troška s namjerom otežavanja ulaska ili izbacivanja konkurenata s tržišta kako bi povećao svoj tržišni udjel, a nakon toga i dobit. Krajnji korisnici mogu kratkoročno imati koristi od niskih cijena koje im nudi operator sa značajnom tržišnom snagom, ali dugoročno gledano, predatorske cijene će najviše štetiti upravo njima jer će takve cijene uništiti konkurenciju na tržištu i prisiliti druge operatore na izlazak s tržišta.

HAKOM smatra kako bi HT, u odsustvu regulacije, mogao krajnjim korisnicima ponuditi cijene ispod troška te na taj način dovesti druge operatore u nepovoljan položaj. Naime, ponudom takvih cijena, HT bi operatore koji su već prisutni na tržištu prisilio na snižavanje vlastitih cijena kako ne bi izgubili postojeće korisnike, a što oni nikako ne bi mogli pratiti te bi u konačnici, zbog pretrpljenih gubitaka, bili prisiljeni napustiti tržište. Isto tako, primjenom predatorskih cijena, HT bi mogao spriječiti ulazak novih operatora na tržište s obzirom da isti, postavljanjem cijena na razinu HT-ovih, ne bi mogli ostvarivati nikakve koristi od ulaska na tržište javno dostupne telefonske usluge.

#### **6.2.1.2.3. Ostale prepreke razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja**

Preprekom razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja HAKOM smatra i svaku ponašanje koje operatoru sa značajnom tržišnom snagom omogućava zaobilazanje regulatornih obveza koje su mu određene na promatranom mjerodavnom tržištu. Vodeći se prethodno navedenim, a osobito uzimajući u obzir dosadašnja ponašanja HT-a, HAKOM je preprekom razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja koja bi se mogla pojaviti na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike, ocijenio i mogućnost HT-a da u svrhu ostvarivanja promidžbenih ili gospodarskih ciljeva, javno dostupnu telefonsku uslugu u mjesnom i/ili međumjesnom prometu ponudi po cijenama koje su ispod troška pružanja istih, odnosno po cijenama koje nisu u skladu s regulatornom obvezom nadzora cijena. Na opisani način, HT bi zaobišao određenu mu regulatornu obvezu troškovne usmjerenosti cijena usluga, a takvo zaobilazanje obveze, prisililo bi ostale operatore na snižavanje cijena javno dostupne telefonske usluge u mjesnom



i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike i u konačnici dovelo do njihovog napuštanja tržišta.

Dakle, bez regulacije promotivnih ponuda HT-a, HT bi bio u mogućnosti kroz (opetovane) promotivne ponude, nesmetano iskorištavati svoj status operatora sa značajnom tržišnom snagom.

## **6.2.2. Prepreke razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike koje su posljedica određenih ponašanja Iskon Interneta kao poveznog društva HT-a**

### **6.2.2.1. Značajna tržišna snaga na jednom tržištu**

#### **6.2.2.1.1. Otežavanje ulaska**

Prema mišljenju HAKOM-a, preprekom razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja, odnosno *otežavanjem ulaska* na tržište može se smatrati i ponašanje ovisnog povezanog društva. U odsustvu regulacije značajna tržišna snaga mogla bi se iskoristiti na način da ovisno povezano društvo nudi na promatranom tržištu usluge krajnjim korisnicima ispod troška, čime bi ostale operatore koji sudjeluju na tom tržištu i žele biti konkurentni, prisilio da trpe određene gubitke i u konačnici i napuste tržište.

Na opisan način, a u situaciji kada se regulacija ne bi odnosila i na Iskon Internet kao povezano društvo HT-a koje djeluje na istom, predmetnom tržištu, HT bi preko svog povezanog društva Iskon Interneta mogao zaobići regulatorne obveze koje su mu određene kao operatoru sa značajnom tržišnom snagom na maloprodajnoj razini, posebno regulatornu obvezu nadzora cijena. Drugim riječima, bez regulacije Iskon Interneta kao poveznog društva HT-a, HT bi bio u mogućnosti preko istog iskorištavati svoj status operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Dakle, u situaciji kada navedena mogućnost ne bi bila promatrana kao prepreka razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja, ni operator sa značajnom tržišnom snagom ne bi bio reguliran.

Razmatrajući prethodno navedenu prepreku, HAKOM je, kao i u poglavlju 5. osobito uzeo u obzir činjenicu kako se HT i Iskon Internet d.d. u smislu odredaba Zakona o trgovačkim društvima<sup>41</sup>, smatraju povezanim društvima, te činjenicu kako se s aspekta propisa o zaštiti tržišnog natjecanja isti smatraju poduzetnikom pod kontrolom drugog poduzetnika, odnosno jednim gospodarskim subjektom. Slijedom navedenog, HAKOM smatra kako opisana prepreka nije samo hipotetske prirode već je ista realno očekivana s obzirom da ne postoje zapreke zbog kojih se putem društva Iskon Internet ne bi mogla iskoristiti utvrđena značajna tržišna snaga na mjerodavnom tržištu.

#### **6.2.2.1.2. Ostale prepreke razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja**

Kao što je već navedeno u poglavlju 6.2.1.2.3. preprekom razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja HAKOM smatra i svako ponašanje operatora sa značajnom tržišnom snagom koje istom omogućava zaobilaženje regulatornih obveza koje su mu određene na promatranom

<sup>41</sup> Narodne novine 111/93, 34/99, 121/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09



mjerodavnom tržištu. Slijedom navedenog, HAKOM je preprekom razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja koja bi se mogla pojaviti na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike, ocijenio i mogućnost povezanog društva HT-a Iskon Interneta da u svrhu ostvarivanja promidžbenih ili gospodarskih ciljeva, javno dostupnu telefonsku uslugu u mjesnom i/ili međumjesnom prometu ponudi po cijenama koje su ispod troška pružanja iste, odnosno po cijenama koje nisu u skladu s regulatornom obvezom nadzora cijena. Na opisani način, Iskon Internet bi zaobišao određenu mu regulatornu obvezu, a takvo zaobilaznje obveze, prisililo bi ostale operatore na snižavanje cijena javno dostupne telefonske usluge i u konačnici dovelo do izlaska s tržišta istih.

## 7. Regulatorne obveze operatora sa značajnom tržišnom snagom

Nakon što je u prethodnom poglavlju ovog dokumenta prepoznao i detaljno obrazložio sve moguće prepreke razvoju tržišnog natjecanja koje bi se u odsustvu regulacije, a u razdoblju na koje se odnosi analiza, mogle pojaviti na mjerodavnom tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike, HAKOM u nastavku određuje regulatorne obveze koje smatra da, u skladu s principima prethodne regulacije, mogu najbolje riješiti navedene probleme na tržištu i koje su u skladu s člankom 56. stavkom 3. ZEK-a.

Prepreke koje je HAKOM prepoznao na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike proizlaze iz određenih ponašanja HT-a kao i njegovog povezanog društva Iskon Interneta kao operatora sa značajnom tržišnom snagom na predmetnom tržištu, odnosno i iz mogućnosti prenošenja značajne tržišne snage HT-a s vertikalno i horizontalno povezanih tržišta na predmetno, zbog čega HAKOM u nastavku određuje HT-u i njegovom povezanom društvu Iskon Internetu, kao operatoru sa značajnom tržišnom snagom na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike, regulatorne obveze za koje smatra da u skladu s principima prethodne regulacije, najbolje rješavaju navedene probleme na tržištu te su u potpunosti u skladu s člankom 56. stavkom 3. ZEK-a. Uzevši u obzir da se HT i Iskon Internet smatraju jednim gospodarskim subjektom jer je jedan pod kontrolom drugog, odnosno da su isti povezana društva pri čemu je svako zasebna pravna osoba, HAKOM će regulatorne obveze, kao što je već navedeno u poglavlju 5.3., odrediti zasebno za HT i zasebno za Iskon Internet kao povezano društvo HT-a.

Sukladno članku 63. ZEK-a, HAKOM može odrediti operatorima sa značajnom tržišnom snagom na određenom maloprodajnom tržištu odgovarajuće regulatorne obveze ako na temelju postupka analize tržišta utvrdi da na tom maloprodajnom tržištu nema djelotvornog tržišnog natjecanja te da regulatorne obveze iz članka 58. do 62. i članka 65. ZEK-a ne bi mogle osigurati ostvarivanje regulatornih načela i ciljeva iz članka 5. ZEK-a. Slijedom navedenog, a s obzirom na utvrđene prepreke razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja koje bi se na predmetnom tržištu mogle pojaviti i uz postojeću regulaciju na veleprodajnoj razini, HAKOM u nastavku određuje HT-u i Iskon Internetu kao povezanom društvu HT-a regulatornu obvezu nadzora maloprodajnih cijena usluga.

## **7.1. Regulatorna obveza nadzora maloprodajnih cijena usluga određena HT-u koja sadrži zabranu sprječavanja ulaska na tržišta ili ograničavanja djelotvornog tržišnog natjecanja naplaćivanjem preniskih cijena usluga**

Kao što je već navedeno u prethodnim poglavljima, HAKOM smatra kako je trenutna regulacija veleprodajnih tržišta započinjanja (originacije) poziva iz javnih komunikacijskih mreža koja se pruža na fiksnoj lokaciji i završavanja (terminacije) poziva u određenu javnu komunikacijsku mrežu koje se pruža na fiksnoj lokaciji postavljena na način da HT onemogući u stvaranju prepreka razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja vertikalnim prenošenjem značajne tržišne snage na način da odbije/uskrati ostalim operatorima potrebnu veleprodajnu uslugu ili na osnovama koje nisu vezane uz cijene.

Međutim, HAKOM je u prethodnim poglavljima opisao prepreke razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja koje bi se i uz postojeću regulaciju na veleprodajnoj razini, a u odsustvu regulacije tržišta javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike mogle pojaviti na istom, a koje prepreke proizlaze iz značajne tržišne snage HT-a upravo na navedenom tržištu.

Uzevši u obzir ponašanja kojima bi HT mogao otežavati ulazak na tržište novim operatorima, iskorištavati korisnike kao i činjenicu kako postojeća regulacija pripadajućih veleprodajnih tržišta nije dovoljna za uklanjanje navedenih prepreka, kao ni za potpuno ostvarivanje ciljeva iz članka 5. stavka 3. ZEK-a, HAKOM smatra potrebnim odrediti HT-u regulatorne obveze koje se odnose na pružanje usluga istog na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike.

Slijedom svega navedenog, HAKOM određuje HT-u regulatornu obvezu nadzora maloprodajnih cijena usluga i zabranjuje mu sprječavanje ulaska na tržište ili ograničavanje djelotvornog tržišnog natjecanja naplaćivanjem preniskih cijena usluga.

### **7.1.1. Mjere određene HT-u u svrhu provođenja regulatorne obveze nadzora maloprodajnih cijena usluga**

U svrhu promicanja djelotvornoga tržišnog natjecanja i zaštite interesa krajnjih korisnika usluga HAKOM može primijeniti sljedeće mjere na operatore sa značajnom tržišnom snagom na određenom maloprodajnom tržištu:

- utvrđivanje najviše razine maloprodajnih cijena usluga,
- nadzor pojedinačnih cijena usluga,
- troškovnu usmjerenost cijena usluga,
- određivanje cijena usluga prema cijenama na usporedivim tržištima.

U svrhu provođenja navedene obveze HT-u se određuju sljedeće mjere:

- nadzor pojedinačnih cijena usluga i
- troškovnu usmjerenost cijena usluga.

### 7.1.1.1. Nadzor pojedinačnih cijena usluga

U svrhu nadzora pojedinačnih cijena usluga, a u skladu s člankom 63. stavkom 5. ZEK-a, u slučaju izmjene cijena javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike, HT je iste obvezan dostaviti HAKOM-u na uvid najmanje 30 dana prije njihove objave, a HAKOM može, prije ili nakon objave tih cijena, odlukom izmijeniti ili ukinuti maloprodajne cijene usluga ako utvrdi da su u suprotnosti s regulatornim obvezama i mjerama iz članka 63. ZEK-a ili s odredbama posebnog zakona kojim je uređena zaštita potrošača. Prethodno navedeno uključuje u istom roku i dostavu obavijesti o promotivnim ponudama, kao i uvjetima promotivnih ponuda u koje se odnose na javno dostupnu telefonsku uslugu u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike.

Nadalje, a kao što je već opisano u poglavlju 6.2.1.2.3. HAKOM vjeruje da bi HT mogao u svrhu ostvarivanja promidžbenih ili gospodarskih ciljeva, javno dostupnu telefonsku uslugu u mjesnom i/ili međumjesnom prometu ponuditi po cijenama koje su ispod troška pružanja istih, odnosno po cijenama koje nisu u skladu s regulatornom obvezom troškovne usmjerenosti cijena. Na opisani način, HT bi zaobišao određenu mu regulatornu obvezu, a takvo zaobilaženje obveze, prisililo bi i ostale operatore na snižavanje cijena javno dostupne telefonske usluge i u konačnici dovelo do izlaska s tržišta istih.

S obzirom da bi, bez regulacije promotivnih ponuda, HT bi bio u mogućnosti kroz (opetovane) promotivne ponude u kojima je naglasak na javno dostupnoj telefonskoj usluzi u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike, jednostavno iskoristavati svoj status operatora sa značajnom tržišnom snagom, HAKOM smatra opravdanim odrediti HT-u provođenje naslovne regulatorne obveze i na sljedeći način:

- trajanje promotivnih akcija ne smije biti dulje od dva mjeseca;
- uvjeti iz promotivne akcije ne mogu se primjenjivati dulje od tri mjeseca od dana potpisivanja ugovora koji je sklopljen za vrijeme trajanja promotivne akcije;
- promotivne akcije/ponude za iste usluge ili usluge istih karakteristika ne smiju se ponavljati unutar razdoblja od godine dana od početka promotivne akcije;
- promotivne pogodnosti se mogu nuditi i ugovarati samo novim korisnicima i postojećim korisnicima koji ne koriste uslugu koja je predmet promotivne akcije.

Naime, HAKOM smatra kako je navedenim omogućio HT-u provođenje promotivnih akcija koje će istovremeno imati pozitivan utjecaj na privlačenje i zadovoljstvo korisnika te omogućiti djelotvorno tržišno natjecanje operatorima koji djeluju na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike.

### 7.1.1.2. Troškovna usmjerenost cijena usluga

Prilikom određivanja obveze troškovne usmjerenosti cijena usluga, HAKOM mora osigurati da svi načini povrata troškova i metodologije određivanja cijena, koje su određene operatorima, budu usmjerene na promicanje djelotvornosti i održivog tržišnog natjecanja, te na ostvarivanje najvećih pogodnosti za krajnje korisnike usluga, pri čemu može uzeti u obzir i cijene dostupne na usporedivim konkurentnim tržištima.

Operator, kojemu je određena obveza troškovne usmjerenosti cijena, snosi teret dokazivanja da cijene njegovih usluga proizlaze iz troškova, uključujući razumnu stopu povrata ulaganja. U svrhu izračuna troškova djelotvornog pružanja usluga HAKOM može primijeniti metodologiju troškovnog računovodstva neovisno o metodologiji koju primjenjuje operator, ili metodu referentnih vrijednosti, te može zatražiti od operatora cjelovito obrazloženje cijena njegovih usluga, a prema potrebi i izmjenu tih cijena.

Budući da je prema odredbama ZOT-a, postojala obveza troškovne usmjerenosti cijena i vođenja troškovnog računovodstva, HAKOM je u već spomenutom dokumentu „Naputci za računovodstveno odvajanje i troškovno računovodstvo“ definirao metodologiju troškovnog računovodstva koju HT treba koristiti za izračun troškova, među ostalima i javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike.

Prema odredbama članka 57. ZOT-a obveza računovodstvenog razdvajanja je bila HT-u propisana automatski, po sili zakona, u trenutku kada je proglašen operatorom sa znatnijom tržišnom snagom. Također, stavkom 5. navedenog članka je određeno da Vijeće HAKOM-a svojim rješenjem odredi način razdvajanja poslovnih aktivnosti operatora sa znatnijom tržišnom snagom u pogledu njihova ustrojstva i obračuna te druge potankosti u vezi s tim razdvajanjem. Sukladno navedenom, HT-u je i naložen način provedbe računovodstvenog odvajanja i troškovnog računovodstva na način i u rokovima koji su određeni dokumentom „Naputci za računovodstveno odvajanje i troškovno računovodstvo“.

Kako bi se riješile prepreke unakrsnog subvencioniranja na horizontalno povezanim tržištima (poglavlje 6.2.1.1.) i iskorištavanja korisnika određivanjem predatorskih cijena usluga (poglavlje 6.2.1.2.2), HAKOM smatra opravdanim zadržati obveze vođenja troškovnog računovodstva i računovodstvenog razdvajanja, koje su HT-u već određene odredbama ZOT-a, a koje je dužan provoditi na način i u rokovima kako je određeno dokumentom „Naputci za računovodstveno odvajanje i troškovno računovodstvo“.

Obveze koje HAKOM određuje operatoru sa značajnom tržišnom snagom moraju biti razmjerne koristima koje su posljedica ispunjenja te obveze. Iako nastavak provođenja navedenih regulatornih obveza iziskuje određene dodatne troškove HT-a, HAKOM smatra kako je korist od obveze koja sprječava prepreke diskriminacije na cjenovnoj osnovi te unakrsnog subvencioniranja puno veća od troškova koji se tom obvezom nameću. Nadalje, HT je već razvio sustav računovodstvenog razdvajanja i troškovnog računovodstva te je dostavio regulatorne financijske izvještaje koji obuhvaćaju i javno dostupne telefonsku uslugu u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike pa HAKOM smatra kako nastavak provođenja ove obveze ne bi trebao predstavljati prevelik teret za HT.

## **7.2. Regulatorna obveza nadzora maloprodajnih cijena usluga određena Iskon Internetu (kao povezanom društvu HT-a) koja sadrži zabranu sprječavanja ulaska na tržište ili ograničavanja djelotvornog tržišnog natjecanja naplaćivanjem preniskih cijena usluga**

HAKOM je u poglavlju 6.2.2. opisao prepreke razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja koje bi se u odsustvu regulacije mogle pojaviti na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike, a

koje proizlaze iz određenih ponašanja Iskon Interneta kao povezanog društva HT-a, a kojima je cilj očuvanje ili jačanje vladajućeg položaja na mjerodavnom tržištu.

Uzevši u obzir ponašanja kojima bi Iskon Internet kao povezano društvo HT-a mogao otežavati ulazak na tržište novim operatorima ili iskorištavati korisnike, kao i činjenicu da prethodno određene regulatorne obveze HT-u nisu dovoljne za uklanjanje navedenih prepreka, kao ni potpuno ostvarivanje ciljeva iz članka 5. stavka 3. ZEK-a, HAKOM smatra potrebnim odrediti odgovarajuće regulatorne obveze i Iskon Internetu.

Slijedom svega navedenog, HAKOM određuje Iskon Internetu regulatornu obvezu nadzora maloprodajnih cijena usluga i zabranjuje mu sprječavanje ulaska na tržište ili ograničavanje djelotvornog tržišnog natjecanja naplaćivanjem preniskih cijena usluga.

### **7.2.1. Mjere određene Iskon Internetu u svrhu provođenja regulatorne obveze nadzora maloprodajnih cijena usluga**

U svrhu promicanja djelotvornoga tržišnog natjecanja i zaštite interesa krajnjih korisnika usluga HAKOM može primijeniti sljedeće mjere na operatore sa značajnom tržišnom snagom na određenom maloprodajnom tržištu:

- utvrđivanje najviše razine maloprodajnih cijena usluga,
- nadzor pojedinačnih cijena usluga,
- troškovnu usmjerenost cijena usluga,
- određivanje cijena usluga prema cijenama na usporedivim tržištima.

U svrhu provođenja navedene obveze Iskon se određuju sljedeće mjere:

- nadzor pojedinačnih cijena usluga i
- troškovnu usmjerenost cijena usluga.

#### **7.2.1.1. Nadzor pojedinačnih cijena usluga**

U svrhu nadzora pojedinačnih cijena usluga, a u skladu s člankom 63. stavkom 5. ZEK-a, u slučaju izmjene cijena javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike Iskon Internet je iste obvezan dostaviti HAKOM-u na uvid najmanje 30 dana prije njihove objave, a HAKOM može, prije ili nakon objave tih cijena, odlukom izmijeniti ili ukinuti maloprodajne cijene usluga ako utvrdi da su u suprotnosti s regulatornim obvezama i mjerama iz članka 63. ZEK-a ili s odredbama posebnog zakona kojim je uređena zaštita potrošača. Prethodno navedeno uključuje u istom roku i dostavu obavijesti o promotivnim ponudama, kao i uvjetima promotivnih ponuda u koje se odnose na javno dostupnu telefonsku uslugu u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike.

Nadalje, a kao što je već opisano u poglavlju 6.2.2.1.2. HAKOM vjeruje da bi Iskon Internet mogao u svrhu ostvarivanja promidžbenih ili gospodarskih ciljeva, javno dostupnu telefonsku uslugu u mjesnom i/ili međumjesnom prometu ponuditi po cijenama koje su ispod troška pružanja istih, odnosno po cijenama koje nisu u skladu s regulatornom obvezom troškovne usmjerenosti cijena. Na opisani način, Iskon Internet bi zaobišao određenu mu regulatornu obvezu troškovne usmjerenosti cijena usluga, a takvim zaobilaznjem regulatorne obveze,



prisilio bi i ostale operatore na snižavanje cijena javno dostupne telefonske usluge, što bi u konačnici dovelo do njihovog napuštanja tržišta.

S obzirom da bi, bez regulacije promotivnih ponuda, Iskon Internet bio u mogućnosti kroz (opetovane) promotivne ponude u kojima je naglasak na javno dostupnoj telefonskoj usluzi u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike, jednostavno iskoristavati svoj status operatora sa značajnom tržišnom snagom, HAKOM smatra opravdanim odrediti Iskon Internetu provođenje naslovne regulatorne obveze na sljedeći način:

- trajanje promotivnih akcija ne smije biti dulje od dva mjeseca.
- uvjeti iz promotivne akcije ne mogu se primjenjivati dulje od tri mjeseca od dana potpisivanja ugovora koji je sklopljen za vrijeme trajanja promotivne akcije.
- promotivne akcije/ponude za iste usluge ili usluge istih karakteristika ne smiju se ponavljati unutar razdoblja od godine dana od početka promotivne akcije.
- promotivne pogodnosti se mogu nuditi i ugovarati samo novim korisnicima i postojećim korisnicima koji ne koriste uslugu koja je predmet promotivne akcije.

Naime, HAKOM smatra kako je navedenim omogućio Iskon Internetu provođenje promotivnih akcija koje će istovremeno imati pozitivan utjecaj na privlačenje i zadovoljstvo korisnika, kao i omogućiti djelotvorno tržišno natjecanje operatorima koji djeluju na tržištu javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike.

#### **7.2.1.2. Troškovna usmjerenost cijena usluga**

Prilikom određivanja obveze troškovne usmjerenosti cijena usluga, HAKOM mora osigurati da svi načini povrata troškova i metodologije određivanja cijena, koje su određene operatorima, budu usmjerene na promicanje djelotvornosti i održivog tržišnog natjecanja, te na ostvarivanje najvećih pogodnosti za krajnje korisnike usluga, pri čemu može uzeti u obzir i cijene dostupne na usporedivim konkurentnim tržištima.

Operator, kojemu je određena obveza troškovne usmjerenosti cijena, snosi teret dokazivanja da cijene njegovih usluga proizlaze iz troškova, uključujući razumnu stopu povrata ulaganja. U svrhu izračuna troškova djelotvornog pružanja usluga HAKOM može primijeniti metodologiju troškovnog računovodstva neovisno o metodologiji koju primjenjuje operator, ili metodu referentnih vrijednosti, te može zatražiti od operatora cjelovito obrazloženje cijena njegovih usluga, a prema potrebi i izmjenu tih cijena.

Kako bi se riješile prepreke koje otežavaju ulazak na tržište novim operatorima (poglavlje 6.2.2.1.1.), HAKOM smatra opravdanim odrediti Iskon Internetu kao povezanom društvu HT-a prethodno opisanu regulatornu obvezu troškovne usmjerenosti cijena javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne korisnike



## **8. Prilozi**

### **8.1. Prilog A – mišljenje Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja**

- bit će dostupno nakon završetka javne rasprave