

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

Fax: +385 (0)1 4920 227

Zagreb, 23.11.2011. godine

**PREDMET: Javna rasprava o prijedlogu odluke u postupku analize tržišta
maloprodaje širokopojasnog pristupa internetu**

Poštovani,

Amis Telekom d.o.o. (dalje u tekstu AT) pozdravlja i u cijelosti podržava prijedlog odluke Hrvatske agencija za poštu i elektroničke komunikacije (dalje u tekstu HAKOM) u postupku analize tržišta maloprodaje širokopojasnog pristupa internetu. Obzirom da je HAKOM dana 24. listopada 2011. g. otvorio javnu raspravu o predmetnom prijedlogu odluke, ovim putem Amis u nastavku dostavlja svoje prijedloge i komentare.

1. TRŽIŠNI POLOŽAJ HT-a I MOGUĆNOST POSTOJANJA STRATEGIJE PREDATORSTVA

Na tržištu širokopojasnog pristupa, a sukladno DG Competition discussion paper¹ §92, Hrvatski Telekom d.d. (dalje u tekstu HT) je u monopolističkom položaju; tržišni udio prelazi 75%, tržišno natjecanje je ograničeno, ulazne pregrade su značajne i nije izgledno da će doći do relevantnog ulaska novih operatora.

§93 DGComp DP predatorske cijene definira kao praksu prema kojoj dominantni poduzetnik smanjuje cijene i namjerno prouzroči gubitke na kratak rok kako bi uništio ili ograničio rast konkurenata i time tržišno natjecanje.

§201 DGComp DP naglašava, da je neobično i mora biti istraženo postupanje dominantnog poduzetnika, koji nudi usluge ispod ukupnih troškova i ostvaruje gubitke. Iako je za konačne zaključke potrebna detaljnija analiza na pojedinačnim tržištima, može se tvrditi da Iskon Internet d.d. (dalje u tekstu Iskon) od trenutka preuzimanja od strane HT-a posluje kao predatorska maloprodajna jedinica HT-a. Naime, tijekom cijelog razdoblja od trenutka preuzimanja, Iskon ostvaruje gubitke iako ima značajnu tržišnu snagu na skoro svim uslugama od kojih ostvaruje prihode.

Godišnja izvješća HT-a ukazuju, da Iskon na tržištu širokopojasnog pristupa nudi usluge po cijenama nižim od ukupnih troškova. U cijelom promatranom razdoblju povećava se udio prihoda od širokopojasnih usluga u ukupnom prihodu, u 2010. godini postiže 51%, a poduzetnik još uvijek posluje

¹ DG Competition discussion paper on the application of Article 82 of the Treaty to exclusionary abuses, Brussels, December 2005. Dalje: DGComp DP.

s gubitkom. Navedeno ukazuje, da čak više od 5 godine nakon uvođenja usluge širokopojasnog pristupa prihodi od istih ne pokrivaju ukupne troškove tih usluga. Potencijalno drugačiji rezultat koji bi proizlazio iz troškovnog modela predočenog od strane Iskona mogao bi biti rezultat: neodgovarajuće alokacije troškova po pojedinačnim uslugama, predatorskih cijena i istiskivanja margina na drugim reguliranim uslugama.

Temeljem toga prije donošenja zaključka o mogućem postojanju predatorstva HAKOM bi od Iskona morao zatražiti sljedeća objašnjenja glede poslovanja, za razdoblje od 2006. do kraja 2011. godine:

- ukupni troškovi, varijabilni troškovi i prihodi od širokopojasnih usluga koji se nude temeljem standardnih ponuda HT-a,
- ukupni troškovi, varijabilni troškovi i prihodi od drugih širokopojasnih usluga,
- ukupni troškovi, varijabilni troškovi i prihodi od javne govorne usluge,
- ukupni troškovi, varijabilni troškovi i prihodi od ostalih usluga.
- te sve ostale troškove specificirane u Poglavlju 5. ovih komentara

Zbroj ukupnih troškova, varijabilnih troškova i prihoda od usluga mora biti sukladan računovodstvenim podacima. Raspoređivanje troškova i prihoda po uslugama mora biti logično (nelogično bi bilo na primjer da su troškovi „ostalih“ usluga nerazumno visoki obzirom na prihode od tih usluga jer ih razuman operator u to slučaju ne bi nudio). Na taj način može se izbjeći potencijalno neodgovarajuće alociranje troškova, ali i utvrditi postojanje sumnje u predatorske cijene na drugim uslugama osim onih koje su predmet postupka. U poglavlju 5. ovih komentara – Prikupljanje i provjera podataka – dali smo pregled postupka provođenja prikupljanja i provjere podataka, a kojim provođenjem bi se umanjila mogućnost pojavljivanja krivo dostavljenih, neusporedivih ili čak potpuno neispravnih podataka.

U slučaju, da HAKOM ustanovi, da Iskon nudi ili je nudio druge regulirane usluge (koje nisu predmet ove analize tržišta) po cijenama nižim od troškova o tome bi morao obavijestiti Agenciju za zaštitu tržišnog natjecanja (dalje u tekstu AZTN) i zatražiti pokretanje postupak u svezi toga.

2. POSEBNE OBVEZE OPERATORA SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM

Prema čl. 82. EU Sporazuma (današnji čl. 102.) priroda obveza koje ima poduzetnik sa značajnom tržišnom snagom je takva da isto nema pravo na postupanje koje bi se za poduzetnika koje nema značajnu tržišnu snagu smatralo nespornim. Slično, Sud pravde smatra da se čak jačanje položaja poduzetnika sa značajnom tržišnom snagom može smatrati zlouporabom i zabranjenim sukladno čl. 82 Sporazuma bez obzira na način na koji je do tog jačanja došlo, čak i da nema direktnih povreda zakona².

² Iz obrazloženja odluke komisije u slučaju Telefonica: It follows from the nature of the obligations imposed by Article 82 of the Treaty that, in specific circumstances, undertakings in a dominant position may be deprived of the right to adopt a course of conduct or take measures which are not in themselves abuses and which would even be unobjectionable if adopted or taken by non-dominant undertakings.²⁴⁰ Similarly, the Court of Justice has held that the strengthening of the position of an undertaking may be an abuse and prohibited under Article 82 of the Treaty, "regardless of the means and procedure by which it is achieved", and even "irrespective of any fault".²⁴¹ Article 82 EC is aimed not only at practices which may cause prejudice to consumers directly, but also at those which are detrimental to them through their impact on an effective competition structure, such as is mentioned in Article 3(1)(g) EC.²⁴² According to consistent case-law, the list of abusive practices contained in Article 82 does not exhaust the methods of abusing a dominant position prohibited by the EC Treaty.

Analiza posljednjeg dostupnog godišnjeg financijskog izvještaja HT-a (uključuje i korisnike Iskona) pokazuje kontinuirano jačanje udjela na tržištima širokopojasnog pristupa internetu i IPTV tržištu što je direktna posljedica superdominantne pozicije HT-a i Iskonovog postavljanja maloprodajnih cijena čime je Iskon utjecao na smanjenje tržišnog udjela i ostvarenje planova alternativnih operatora.

Podaci pokazuju da se broj HT-ovih IPTV korisnika najmanje udvostručio u periodu od kraja 2008. g. do kraja 2010 godine tj. porastao je na 297.496 IPTV korisnika s brojke od 135.573, dok se u istom razdoblju broj ADSL korisnika povećao za 34% te je na kraju 2010. godine dosegnuo brojku od 629.228 korisnika.

Posljednji dostupni podaci s kraja 2. kvartala 2011. godine govore da je broj HT-ovih i Iskonovih IPTV korisnika dosegnuo skoro 50% udjela u broju ADSL korisnika odnosno na kraju lipnja 2011. godine, taj broj iznosio je 322.000, a broj ADSL korisnika 647.000. Ove podatke o IPTV korisnicima, tj. broju korisnika televizije utemeljene na internetskom protokolu (IPTV) treba promatrati s usporednim podacima tržišta elektroničkih komunikacija u RH za drugo tromjesjeće 2011. godine³ koje je HAKOM objavio dana 05.09.2011. godine, a koji podaci govore da ukupni broj IPTV priključaka u RH iznosi 333.570, a kako smo prethodno naveli broj HT-ovih IPTV korisnika iznosi 322.000 tj. HT ostvaruje udio od 96,5% na tržištu usluga televizije temeljene na internetskom protokolu.

3. UTVRĐIVANJE TROŠKOVA USLUGA

U svezi utvrđivanja stvarnih troškova, po mišljenju AT-a, nedostaje preciznija, detaljnija i pravnom praksom EU prihvaćena definicija na koji način operator mora odrediti troškove usluga. Upravo zbog tih nedostataka moglo bi doći do značajnih razlika u visini tih troškova i time usporedivosti podataka.

Glede toga HAKOM bi morao, sukladno pravnoj praksi EU, prvo definirati da su troškovi usluga svi oni troškovi koje operator ne bi snosio da ne nudi usluge na širokopojasnom pristupu (inkrementalni troškovi).

Definicija troškova u slučaju Telefonica, COMMISSION DECISION of 04.07.2007 relating to a proceedings under Article 82 of the EC Treaty (Case COMP/38.784 – Wanadoo España vs. Telefónica: dalje slučaj Telefonica) je sljedeća (Točka 319):

"The long run incremental cost of an individual product refers to the product-specific costs associated with the total volume of output of the relevant product. It is the difference between the total costs incurred by the firm when producing all products, including the individual product under analysis, and the total costs of the firm when the output of the individual product is set equal to zero, holding the output of all other products fixed. Such costs include not only all volume sensitive and fixed costs directly attributable to the production of the total volume of output of the product in question but also the increase in the common costs that is attributable to this activity."

Važno je da se navedena metodologija primjeni posebno na sljedeće troškove:

- troškove infrastrukture (tehnička oprema, najam ili izgradnja svjetlovodne mreže...)

³ <http://www.hakom.hr/UserDocsImages/2011/e-trziste/Microsoft%20Word%20-%20Tromjese%20Dni%20usporedni%20podaci%20za%20tr%20C5%BEi%20C5%A1te%20elektroni%20C4%8Dkih%20komunikacij%20RH%20-%20Q2%202011..pdf>

- troškove pridobivanja korisnika (*Subscriber Acquisition Cost – SAC*) - ti troškovi moraju uključivati marketinške troškove i sve ostale troškove pridobivanja korisnika usluga koje su predmet postupka (ako nisu već navedeni u drugim stavkama).

Pri tome je važno naglasiti da Europska komisija za područje telekomunikacija kao varijabilne troškove sukladno Access Notice iz 1998 godine smatra inkrementalne troškove. Navedeno je važno posebno u slučaju ako će HAKOM za test troškovnog predatorstva koristiti A-T Test (Areeda and Turner Test).

3.1. TROŠKOVI PRIDOBIVANJA KORISNIKA

Iz financijskih izvješća i promocijskih aktivnosti Iskona proizlaze posebno visoki troškovi pridobivanja korisnika, a to se posebno odnosi na marketing i prodaju. Zbog toga je prilikom utvrđivanja predatorstva posebno važno da se utvrde stvarni troškovi pridobivanja korisnika, uključujući troškove:

- zaposlenika (svi inkrementalni troškovi zaposlenih koji se odnose na širokopojasne aktivnosti poduzetnika: plaće, nagrade...),
- marketinga (cjelokupni troškovi promidžbe usluga),
- promocijskih akcija (posebni troškovi poklona i slični troškovi),
- interne i eksterne prodajne mreže (partner program i sl.),
- instalacije opreme kod korisnika,
- pošte i slanja opreme, dokumenata i računa...

3.2. TROŠKOVI ZAPOSLENIH

AT ističe da je, u slučaju Telefonica, operator značajno umanjio troškove zaposlenih objašnjavajući da su u pitanju zajednički troškovi koji se odnose na više usluga, a ne samo na usluge koje su predmet postupka i stoga ne mogu biti uključeni u analizu troškova. Prvobitno poslani podaci Telefonice tako su uključivali samo nagrade i poticaje prodajnom osoblju za svakog novog korisnika, a ne i ostale troškove zaposlenih vezane uz ponudu širokopojasnog pristupa.

Komisija je u slučaju Telefonica jasno postavila da iako se ukupni troškovi odnose na više usluga nije moguće tvrditi da bi ti bili isti ako operator ne bi nudio usluge širokopojasnog pristupa koji su predmet postupka. Telefonica je usto vertikalno integriran operator za razliku od Iskona, koji je maloprodajna jedinica HT-a.

Iz navedenog proizlazi, da je u slučaju Iskona pretežit dio zaposlenih direktno angažiran u prodaji usluga širokopojasnog pristupa koje su predmet ove analize tržišta, a moguće drugačije tvrdnje Iskona moraju biti kritički i precizno analizirane od strane HAKOM-a. Navedeno dodatno dokazuje rast i udio usluga širokopojasnog pristupa u ukupnim prihodima. Naime, bez tih prihoda poslovanje Iskona bi sa jednakim troškovima zaposlenih bilo nemoguće (točnije, poslovanje sa gubitkom bilo bi dovedeno do apsurdna). Cjelovitom istragom HAKOM bi po predviđanju AT-a došao do zaključka, da se od ukupnih troškova zaposlenih približno 50% (sukladno udjelu u prihodima u 2010. godini) odnosi na usluge širokopojasnog pristupa.

AT-a je mišljenja da bi HAKOM trebao provesti takvu analizu, ako iz prikupljenih podataka proizlazi da su troškovi zaposlenih prema iskazu Iskona niski u usporedbi sa prihodima od tih usluga. Pri tome je važno uzeti u obzir i činjenicu da troškovi ne rastu usporedno s brojem korisnika nego su veći po korisniku u početnim fazama uvođenja usluga te opadaju sa rastom broja korisnika. Uzimajući

navedeno u obzir, udio prihoda od usluga širokopojasnog pristupa u odnosu na ukupne prihode u 2010. godini može biti dobra osnova za procjenu stvarnih troškova zaposlenih povezanih sa ponudom tih usluga i u početnim fazama uvođenja usluge na tržište.

AT predlaže, da HAKOM dodatno definira koji troškovi zaposlenih se smatraju troškovima usluga koje su predmet ove analize tržišta, posebno ako iz dosad prikupljenih podataka proizlaze velike razlike u tim troškovima. Pri tome bi HAKOM morao upozoriti da to nisu samo troškovi zaposlenih koji rade isključivo na predmetnim uslugama nego i svi troškovi koje (racionalno poslujući) operator ne bi snosio da ne nudi usluge koje su predmet ove analize tržišta. Drugim riječima, operator se mora postaviti u položaj u kojem ne nudi usluge koje su predmet ove analize, a sve ostale aktivnosti ostaju na istoj razini, pa razlika između tako postavljenih i svih stvarnih troškova zaposlenih zapravo daje inkrementalne troškove usluga.

U svezi utvrđivanja troškova pridobivanja korisnika HAKOM bi morao od HT-a zatražiti sve dokumente, koji se odnose na razvoj Iskona i njegovog poslovanja, posebno:

- poslovne nacрте Iskona sa obrazloženjima, za promatrani period,
- sva periodična izvješća nadzornom odboru o poslovanju Iskona.

3.3. TROŠKOVI MARKETINGA I PRODAJNIH AKTIVNOSTI

U svezi troškova marketinga i prodajnih aktivnosti mora se primijeniti jednak princip utvrđivanja relevantnosti troškova. **Troškovi marketinških usluga su svi troškovi, koji ne bi nastali da operator ne nudi usluge koje su predmet ove analize, a sve ostale aktivnosti u promatranom periodu bile bi jednake.**

Vjerojatno je, da će Iskon pokušati prikazati manji udio marketinški troškova usluga koje su predmet postupka u ukupnim troškovima.

Zbog toga HAKOM mora:

- postaviti odgovarajuću definiciju kako se utvrđuju troškovi marketinga,
- zatražiti od Iskona presliku svih faktura koje sačinjavaju ukupne troškove marketinga, uključujući sve popratne dokumente koji iskazuju koji sadržaj je bio reklamiran i naplaćen,
- zatražiti raspodjelu ostalih marketinških troškova na pojedinačne druge usluge i reklamiranje samog branda, sa odgovarajućim dokazima da se ne radi o troškovima marketinga usluga koje su predmet ove analize,
- zatražiti media planove i ostale dokumente u vezi marketinških akcija koje su marketinške agencije zaprimile ili predale Iskonu.

3.4. AMORTIZACIJA TROŠKOVA MARKETINGA I PRODAJNIH AKTIVNOSTI

U postupku utvrđivanja troškova usluga, važno je pitanje amortizacije troškova marketinga i prodajnih aktivnosti. AT bi u ovom slučaju predložio rok od 2 godine, a isti je bio primijenjen u slučaju Telefonica.

Bitno je naglasiti da priznati rok amortizacije troškova marketinga i prodajnih aktivnosti ni u kom slučaju ne može biti određen i priznat na više od 3 godine; time bi bio dulji od svih priznatih rokova

amortizacije koji su bili korišteni u EU, a za što ne postoji nikakvo poslovno, pravno ili drugo objašnjenje.

4. FINACIJSKO PREDATORSTVO

Cijene usluga na tržištu imaju direktan utjecaj na financijsku situaciju operatora prema kojima je usmjereno potencijalno predatorstvo. Pri tome HAKOM treba ustanoviti da li cjenovno predatorstvo može imati takav utjecaj da ostalim operatorima na različite načine zapriječi ili ograniči pristup tržištu kapitala.

Obzirom na financijsku snagu HT-a, financijsku krizu i nepovoljnu financijsku situaciju alternativnih operatora, posebno onih koji temelje ponudu usluga ponajviše na infrastrukturi HT-a, jasno je da navedena mogućnost postoji.

Pri tome se mora istaknuti da je Iskon na tržište širokopojsnih usluga koje uključuju uslugu IPTV ušao prije svih ostalih operatora (izuzev HT-a) i time imao poziciju da postavi cjenovno mjerilo (benchmark) za sve ostale operatore (tim je Iskon price-maker, a ostali operatori price-taker-i). Postavljene cijene su u tom trenutku značajno odudarale od cijena HT-a (bolje usluge uz značajnu nižu cijenu) te su stoga cijene usluga ostalih operatora koji su na tržište ulazili poslije Iskona bile prilagođene cijenama Iskona. Može se tvrditi da bi cijene ostalih operatora u početku bile postavljene na održivu razinu tj. bile bi više od današnjih no niže od cijena HT-a. Na taj način su cijene koje je postavio Iskon utjecale na ostale operatore u smislu većih negativnih margina, smanjenog tržišnog udjela te lošijih ostvarenih i planiranih ukupnih financijskih rezultata.

Navedeno dokazuje da je HT posredstvom Iskona ostalim operatorima smanjio mogućnost pristupa financijskim resursima postavljajući niže cijene koje su imale direktan utjecaj na njihove ostvarene i planirane rezultate, a time i na uvjete dostupnosti financiranja na tržištu kapitala.

Podaci o cijeni kapitala ostalih alternativnih operatora mogu biti dokaz da je financiranje gubitaka i investicija Iskona putem kredita HT-a bilo i jest značajno povoljnije od usporedivog financiranja ostalih operatora.

5. PRIKUPLJANJE I PROVJERA PODATAKA

Prilikom prikupljanja i analize podataka o troškovima, HAKOM treba provesti kontrole ispravnosti podataka i usklađivanje sa cjelokupnim financijskim izvještajima Iskona trenutka od akvizicije od strane HT-a 2006. godine na dalje, te je zbog toga potrebno od Iskona prikupiti podatke o cijelom poslovanju i analizom tih podataka utvrditi njihovu ispravnost i usklađivost. Ukupne podatke potrebno je podijeliti na određene skupine koje će predstavljati neke grupe usluga ili poslovnih područja, a jedna ili više od tih grupa usluga trebaju biti sastavljene isključivo od usluga koje su predmet ove analize, a kako bi ih se moglo odvojeno promatrati.

Te usluge su (koristimo trenutna marketinška imena Iskon tih usluga):

1. TRIO usluge televizije, širokopojsnog interneta i telefonije isporučene preko izdvojene lokalne petlje

2. DUO usluge televizije i telefona ili DUO usluge televizije i širokopojasnog interneta isporučene preko izdvojene lokalne petlje
3. DUO usluge širokopojasnog interneta i telefona isporučene preko izdvojene lokalne petlje

Podatke je potrebno analizirati na način da se prvo provjeri njihova sveobuhvatnost tj. da li su uključeni svi prihodi i troškovi koji su vezani uz predmetne usluge. U drugom koraku je potrebno provjeriti razgraničenja onih troškova koji se odnose na više usluga, od kojih neke usluge jesu, a neke nisu dio postupka. Metode razgraničenja su različite ovisno o tipu troška, npr. po udjelu u stvarnom korištenju neke infrastrukture, po udjelu u radnim satima za troškove zaposlenih itd.

U slučaju krajnje neodređenosti, konačna metoda koju treba koristiti je po udjelu promatrane usluge u ukupnim prihodima od prodaje.

Usluge koje je potrebno promatrati unutar ove analize nalaze se u financijskim izvješćima Iskona u skupini **ADSL (broadband)** koja čini **51,18%** udjela u ukupnim prihodima od prodaje.

Unutar te skupine nalaze se i usluge koje se odnose na tzv. *HR.DUO* (trenutno marketinško ime) usluge koje uključuju usluge koje se nude putem Standardne ponude HT-a za uslugu veleprodajnog širokopojasnog pristupa (Bitstream ponuda), a ne preko izdvojene lokalne petlje. Za potrebe analize, te usluge je isto potrebno u potpunosti izdvojiti u posebnu skupinu i posebno utvrđivati troškovnu usmjerenost jer su troškovne kategorije u određenim segmentima potpuno različite od usluga koje se pružaju putem izdvojene lokalne petlje.

Na osnovi ovakve proširene podjele usluga može se napraviti raspodjela prihoda, te varijabilnih i fiksnih troškova po tim skupinama na godišnjoj razini. U tom slučaju možemo pristupiti provjeri da li su svi ti troškovi sveobuhvatni tj. da li su u analizu uključeni svi troškovi koje je Iskon imao tijekom promatrane godine.

Od Iskona treba zahtijevati da za svaku raspodjelu svakog pojedinog troškovnog konta pruži objašnjenje o metodologiji raspodjele troškova između usluga za svaki pojedini konto. U slučaju potrebe HAKOM može tražiti Iskon da pruži dodatne podatke koji potkrepljuju korištenje odabrane metodologije ili u svrhu provjere raspodjele pojedinog troška.

Prilikom analize podataka može se pojaviti potreba i za detaljnijim podacima, te do takve situacije može dovesti slučaj u kojem pojedini trošak ima nerazmjerno veliki udio u uslugama koje nisu dio postupka, a po njegovom opisu i naravi je očigledno da sačinjava troškovnu strukturu usluga koje jesu dio postupka.

Tijekom analize, HAKOM može tražiti i detaljnije troškovne podatke zahtijevajući od Iskona da pojedina troškovna konta podijeli na dodatne kategorije ako su konta iz Iskonovog kontnog plana preopćenita za analizu. Iskon, u prvom koraku, može pružiti podatke po svim troškovnim kontima – i analitičkim i sintetičkim, kako bi se olakšala analiza. Nakon utvrđivanja problematičnih područja mogu se zatražiti detaljniji podaci o pojedinim kontima, pa i do toga da se zatraže ispisi i uvid u pojedinačne fakture koje su knjižene na takvim kontima.

Analiza troškova pojedine kompanije je nužno iterativan proces u kojemu analitičar tek nakon što je primio podatke u jednoj iteraciji može znati kakve će podatke trebati za nastavak analize.

To moŹe biti vrlo dugotrajan proces i kao alternativu, **AT je mišljenja da bi HAKOM treba angaŹirati neovisnog revizora (tj. revizorsku kuću koja dosad nije sudjelovala u reviziji HT i/ili Iskona) koji bi proveo reviziju poslovanja sa naglaskom na troškove i prihode usluga koje su predmet ove analize trŹišta.**

AT smatra da iskusan revizorski tim, iz ugledne revizorske kuće, uz dobro definiran zadatak, moŹe u relativno kratkom vremenu (nekoliko tjedana), dovoljno dobro prikupiti podatke o poslovanju Iskona, provjeriti metodologije razgraničenja i sve ostale činjenice. U slućaju da se neke nedoumice ne mogu razjasniti na licu mjesta na zadovoljavajući naćin, revizor će u komentarima dati indikacije problematićnih podrućja i prikupiti čiste podatke koji će onda omogućiti HAKOM-u da napravi procjene, primjeni odabrane metodologije nad čistim podacima i dobije kompletnu sliku poslovanja Iskona, a koji su relevantni za donošenje ispravne odluke u procesu.

6. FINANCIJSKI POKAZATELJI ISKON INTERNETA

Tijekom 2010. godine Iskon je povećao svoje zaduŹenje prema HT-u za daljnjih 55 milijuna kuna u obliku dugoroćnih i kratkoroćnih kredita na ukupno **278.386.000 kn**. Novost je znaćajno zaduŹenje primljeno u obliku kratkoroćnih obveza u vrijednosti od 38,8 milijuna kuna. Iskon je i u 2010. godini nastavio s uobićajenom praksom zaduŹivanja iza kojeg ne stoje investicije u dugotrajnu imovinu, nego oćigledno iste sluŹe za pokrivanje operativnih minusa poslovanja.

Udio investicija u imovinu u ukupnom iznosu dobivenih kredita je tek 52% što znaći da je od svih ukupno primljenih kredita Iskon na investicije potrošio tek svaku drugu kunu. Drugi dio tog iznosa tj. 133.413.583 kn je korišćen za pokrivanje gubitaka i minusa poslovanja nastalih predatorskom praksom Iskona.

Iz izvještaja o novćanom tijeku moŹe se zakljućiti da Iskon i dalje ima negativni novćani tijek iz poslovnih aktivnosti i to već petu godinu za redom. Negativni novćani tijek iz poslovnih aktivnosti tokom srednjeroćnog razdoblja dovodi u sumnju solventnost kompanije i njenu sposobnost da oplaćuje svoje dugove.

Ako se analiziraju krediti koje je Iskon primio od HT-a vidljivo je da su krediti primljeni u 2006. i 2007. godini imali poćek od 36 mjeseci dok krediti u 2008. godini i kasniji imaju poćek od 48 mjeseci. To znaći da su u 2010. prvi krediti trebali doći na naplatu, a koji će svoj vrhunac dostići tijekom 2011. i 2012. godine. (*revizorska bilješka 19. - Godišnje izvješće 2010_MB00629529.pdf, FINA RGFI*).

HT je, prema objavljenim informacijama, tijekom drugog kvartala 2011. godine **dokapitalizirao Iskon sa 230 milijuna kuna** u cilju smanjivanja kreditne zaduŹenosti, te sada temeljni kapital Iskona iznosi **272.902.200,00 kn**⁴. Nameće se zakljućak da Iskon oćigledno nije finansijski sposoban preuzeti otplatu primljenih kredita koji mu upravo dolaze na naplatu. Rješenje kojem se pribjeglo je pokrivanje rupe u likvidnosti kratkoroćnim zaduŹivanjem, te konaćno dokapitalizacija s kojom će se ti krediti pokriti. Ako navedenu dokapitalizaciju promatramo kao metodu restrukturiranja dugovanja to znaći da je Iskon nesolventan tj. nesposoban podmirivati vlastite dugove, te da je obavljena dokapitalizacija praktićki ekvivalent postupka neformalnog 'stećaja sa restrukturiranjem' obavljenog unutar odnosa tvrtke vlasnika (i kreditora) i njene podrućnice u 100% vlasništvu.

⁴ http://www.iskon.hr/o_iskonu/o_nama/osnovni_podaci

To znači da Iskon nije bio sposoban financijski podnijeti ni prilično povoljne kredite (kta: 4,5%, poček otplate od 3 ili 4 godine) kojima ga je financirao njegov vlasnik i to usprkos produljenju perioda počeka na otplatu za kasnije primljene kredite. Takvi krediti nisu dostupni velikoj većini poduzetnika u RH.

Financijski pokazatelj udjela financijskih rashoda u ukupnim rashodima poduzetnika pokazuje koliko opterećenje predstavljaju kamate i drugi financijski troškovi u ukupnom poslovanju. Visoki financijski rashodi imaju različite uzroke, npr. visoke kamate na redovite kredite predstavljaju nepovjerenje financijskih institucija prema konkretnom poduzetniku, zatezne kamate predstavljaju probleme s likvidnošću zbog koje poduzetnik ne može u roku podmirivati svoje obveze itd. No, gledano ukupno, Iskon očigledno nema problema ni s povjerenjem financijskih institucija jer kredite dobiva od svog vlasnika, a ni sa zateznim kamatama jer je uvijek dovoljno likvidan dok s većinom drugih operatora to nije slučaj.

Financijski rashodi čine dio ukupnih rashoda pojedinog poduzetnika u promatranoj godini. Također, financijski rashodi su i 'neutralni' po svojoj naravi i treba ih se raspodijeliti ravnomjerno po svim uslugama koje pojedini poduzetnik nudi.

Slijedom navedenog, AT poziva HAKOM da uzme obzir sve navedeno prilikom utvrđivanja troškovne usmjerenosti cijena.

S poštovanjem,

Amis Telekom d.o.o.