



**CRNA GORA**  
**AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE**  
**I POŠTANSKU DJELATNOST**

**Maloprodajno tržišta javno dostupnih usluga međunarodnih poziva  
za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji  
(Analiza nakon testa tri kriterijuma)**

**N A C R T**

**Podgorica, oktobar 2011.godine**

# SADRŽAJ

<b>1. UVOD.....</b>	<b>4</b>
1.1 Evropski regulatorni okvir za elektronske komunikacije.....	4
1.2 Pravni osnov za sprovođenje postupka definisanja i analize relevantnog tržišta .....	5
1.3 Saradnja sa Upravom za zaštitu konkurencije.....	6
1.4 Hronološki redosljed aktivnosti.....	7
<b>2. DEFINISANJE RELEVANTNOG TRŽIŠTA.....</b>	<b>9</b>
2.1. Određivanje granica relevantnog tržišta za potrebe sprovođenja Testa tri kriterijuma .....	9
2.1.1. Trenutno stanje na tržištu fiksnih mreža u cilju pružanja javno dostupne telefonske usluge koja se pruža na fiksnoj lokaciji mreži u Crnoj Gori.....	10
2.2. Definicija relevantnog tržišta usluga .....	11
2.2.1. Supstituti poziva koji potiču iz fiksnih komunikacionih mreža.....	12
2.2.2. Određivanje tržišta prema vrstama poziva .....	15
2.2.3. Korisnici – pravna lica i fizička lica.....	19
2.3. Geografska dimenzija Relevantnog tržišta .....	20
2.4. Zaključak Agencije o određivanju relevantnog tržišta .....	20
<b>3. TEST TRI KRITERIJUMA .....</b>	<b>21</b>
3.1 Prvi kriterijum: Prisutnost visokih i trajnih prepreka strukturne, pravne ili regulatorne prirode za ulazak na tržište .....	22
3.1.1. Strukturne prepreke za ulazak na tržište .....	22
3.1.2. Pravne ili regulatorne prepreke za ulazak na tržište.....	27
3.1.3. Zaključak o prvom kriterijumu .....	28
3.2 Drugi kriterijum: Struktura tržišta koja ne teži razvoju efikasne tržišne konkurencije u relevantnom vremenskom periodu .....	29
3.2.1. Zaključak o drugom kriterijumu.....	31
3.3 Treći kriterijum: primjena relevantnih propisa o zaštiti konkurencije sama po sebi ne omogućava na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu.....	31
3.3.1. Stepem opšteg nekonkurentnog ponašanja .....	31
3.3.2. Stepem kompleksnosti otklanjanja nekonkurentnog ponašanja.....	32
3.3.3. Nekonkurentsko ponašanje može dovesti do nepopravljive štete na relevantnom tržištu.....	32
3.3.4. Potreba za regulatornom intervencijom kako bi se dugoročno osigurao razvoj efikasne konkurencije na tržištu .....	32
3.3.5. Zaključak o trećem kriterijumu .....	33
3.4 Zaključak Agencije da je relevantno tržište podložno ex ante regulaciji.....	33
<b>4. ANALIZA RELEVANTNOG TRŽIŠTA.....</b>	<b>34</b>
4.1. Tržišno učešće operatora na relevantnom tržištu .....	34
4.2. Kontrola infrastrukture, čiji se obim ne može lako udvostručiti.....	36
4.3. Stepem vertikalne integracije .....	37
4.4. Ekonomija obima .....	38
4.5. Ekonomija širine.....	38
4.6. Stepem diferencijacije usluga.....	39
4.7. Zaključak o procjeni postojanja operatora sa značajnom tržišnom snagom.....	39
<b>5. PREPREKE U RAZVOJU TRŽIŠNE KONKURENCIJE.....</b>	<b>40</b>
5.1. Tržišna dimenzija prepreka razvoju tržišne konkurencije.....	41
5.1.1. Mehanizmi vertikalnog prenošenja tržišne snage sa jednog na drugo tržište .....	42
5.1.2. Mehanizmi horizontalnog prenošenja tržišne snage sa jednog na drugo tržište.....	44
5.1.3. Značajna tržišna snaga na pojedinačnom tržištu .....	45

<b>6.</b>	<b>ODREĐIVANJE REGULATORNIH OBAVEZA ZA OPERATORE SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM .....</b>	<b>47</b>
6.1.	Obaveze na veleprodajnom nivou .....	48
6.1.1.	Obaveza mogućnosti izbora /predizbora operatora.....	48
6.1.2.	Obaveza iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou (eng. Wholesale line rental).....	50
6.2.	Obaveze na maloprodajnom nivou.....	53
6.2.1.	Obaveza odvajanja računovodstvenih evidencija .....	53
6.2.2.	Obaveza regulisanja cijena maloprodajnih usluga.....	54
<b>7.</b>	<b>PRILOZI .....</b>	<b>60</b>
1.1	Prilog A – mišljenje Uprave za zaštitu konkurencije za primjenu Testa tri kriterijuma ....	60

# 1. UVOD

## 1.1 *Evropski regulatorni okvir za elektronske komunikacije*

Evropska komisija je 2002. godine usvojila pet direktiva koje predstavljaju regulatorni okvir na području elektronskih mreža i komunikacionih usluga:

- Direktiva 2002/19/EC o pristupu i međupovezivanju elektronskih komunikacionih mreža i pripadajućih dodatnih usluga („Direktiva o pristupu“),
- Direktiva 2002/20/EC o ovlašćenju na području elektronskih komunikacionih mreža i usluga („Direktiva o ovlašćenju“),
- Direktiva 2002/21/EC o zajedničkom regulatornom okviru za elektroničke komunikacijske mreže i usluge („Okvirna direktiva“),
- Direktiva 2002/22/EC o univerzalnom servisu i pravima korisnika u vezi sa elektronskim komunikacionim mrežama i uslugama („Direktiva o univerzalnoj usluzi“),
- Direktiva 2002/58/EC o obradi ličnih podataka i zaštiti privatnosti u sektoru elektronskih komunikacija („Direktiva o privatnosti u elektroničkim komunikacijama“).

Svrha direktiva Evropske komisije je sprovođenje harmonizacije u oblasti elektronskih komunikacija u svim članicama Evropske unije.

Na osnovu člana 15 Okvirne direktive (Direktiva 2002/21/EC), Evropska komisija je usvojila:

- Preporuku (2003/311/EC) od 2003. godine o relevantnim tržištima na području elektronskih komunikacija koja su podložna ex-ante regulaciji, koja je sadržala 18 tržišta na kojima su istovremeno zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma),
- Preporuku (2007/879/EC) od 2007. godine o relevantnim tržištima na području elektronskih komunikacija koja su podložna prethodnoj regulaciji, koja sadrži 7 relevantnih tržišta koja su podložna ex-ante regulaciji.

Tržišta koja više nisu sastavni dio važeće Preporuke o relevantnim tržištima, nacionalna regulatorna tijela i dalje mogu regulisati, ali nakon dokazivanja da su na tim tržištima istovremeno zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma).

Svrha Preporuke o relevantnim tržištima jest sprovođenje harmonizacije u oblasti elektronskih komunikacija tako da isti proizvodi i usluge budu predmet analize tržišta u svim članicama Evropske unije. Međutim, nacionalna regulatorna tijela zemalja članica su ovlaštena da i sama utvrde da li su pojedina tržišta, koja se razlikuju od popisa tržišta iz važeće Preporuke, podložna ex-ante regulaciji, shodno prilikama u svakoj pojedinoj zemlji i uz uslov da se dokaže da su na tim tržištima istovremeno zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma).

## **1.2 Pravni osnov za sprovođenje postupka definisanja i analize relevantnog tržišta**

Prethodno navedene direktive implementirane su u crnogorsko zakonodavstvo kroz ZEK, koji je stupio na snagu 2008. godine. Osnovni cilj postupka analize tržišta je utvrđivanje efikasnosti tržišne konkurencije na tom tržištu, tj. postojanje jednog ili više operatora koji imaju značajnu ili zajednicku značajnu tržišnu snagu na relevantnom tržištu. Na osnovu rezultata sprovedene analize ili Testa tri kriterijuma određuju se, zadržavaju, mijenjaju ili ukidaju mjere iz čl. 44, 45, 46, 47, 48, 49 i 50 ZEK, pri čemu Agencija uzima u obzir načelo racionalnosti i proporcionalnosti, uz obrazloženje naređenih mjera.

Regulatorni okvir iz 2002. godine, koji je implementiran u zemljama Evropske unije, propisuje postupak analize tržišta u tri koraka:

1. Prvi korak odnosi se na proces utvrđivanja relevantnih tržišta podložnih ex-regulaciji u skladu s članom 41. ZEK-a.

Evropska komisija je, u Preporuci iz 2003, koja je donesena u skladu sa Okvirnom direktivom (Direktiva 2002/21/EC), zaključila da su u većini zemalja Evropske unije na 18 relevantnih tržišta istovremeno zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma), tj. da su 18 relevantnih tržišta podložni ex- ante regulaciji.

Preporuka o relevantnim tržištima iz 2003.godine zamijenjena je 2007.godine Preporukom o relevantnim tako da umjesto 18 postoji 7 relevantnih tržišta koja su podložna ex-ante regulaciji.

Tržišta koja uslijed navedene izmjene više nisu sastavni dio važeće Preporuke o relevantnim tržištima, nacionalna regulatorna tijela i dalje mogu regulisati, ukoliko dokažu da su na tim tržištima zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma).

ZEK-om je propisao da se prilikom određivanja tržišta iz stava 1 ovog člana uzima u obzir praksa Evropske unije, što znači da se bez dokazivanja kumulativne ispunjenosti tri kriterijuma (Test tri kriterijuma), može vršiti ex-regulacija samo 7 relevantnih tržišta iz Preporuke od 2007.

Ostala tržišta se mogu regulisati ukoliko se utvrdi da su su na tim tržištima istovremeno zadovoljena sljedeća tri kriterijuma:

1. prisustva snažnih i trajnih prepreka za ulazak na tržište, koje mogu biti strukturne, pravne i regulatorne prirode;
2. procjene povećanja konkurentnosti određenog relevantnog tržišta u naredne dvije godine i u odsustvu regulatornih mjera;
3. ocjene regulatora da li su važećim Zakonom o zaštiti konkurencije propisane mjere za suzbijanje radnji i akata kojim se sprječava, ograničava ili narušava konkurencija, i drugih strukturnih poremećaja na tržištu elektronskih komunikacija.

Shodno navedenom, u slučaju istovremene ispunjenosti sva kriterijuma, u skladu sa članom 41 ZEK, Agencija je u mogućnosti da vrši ex-regulaciju, kako preostalih 11 tržišta koja su bila sastavni dio stare Preporuke o relevantnim tržištima, tako i bilo koja druga tržišta koja su specifična za područje elektronskih komunikacijskih mreža i usluga u Crnoj Gori.

S obzirom da tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji nije sastavni dio nove Preporuke o relevantnim tržištima, a bilo je kao četvrto i šesto tržište obuhvaćeno starom Preporukom, Agencija može vršiti vršiti *ex-ante* regulaciju ukoliko dokaže da su istovremeno zadovoljena sva tri kriterijuma. U slučaju da su zadovoljena sva tri kriterijuma (Test tri kriterijuma), Agencija će sprovesti postupak analize tržišta u skladu sa ZEK-om.

2. Drugi korak se odnosi na analizu tržišta koju sprovodi Agencija. Analiza obuhvata određivanje relevantnog tržišta i procjenu postojanja jednog ili više operatora sa značajnom tržišnom snagom na tom relevantnom tržištu u cilju ocjene efikasnosti tržišne konkurencije na tom relevantnom tržištu u skladu s člankom ZEK-a.

U cilju određivanja relevantnog tržišta, Agencija utvrđuje relevantno tržište usluga i geografsku dimenziju relevantnog tržišta, shodno Smjernicama Evropske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage, i u skladu sa zajedničkim regulatornim okvirom za elektronske komunikacione mreže i usluge, kao i relevantnom pravnom praksom Europske unije iz područja tržišne konkurencije.

Nakon određivanja obje dimenzije relevantnog tržišta, Agencija će, u saradnji s Upravom za zaštitu konkurencije, ocijeniti efikasnost tržišne konkurencije na tom tržištu.

Agencija će, u slučaju nedostatka efikasne tržišne konkurencije, a u skladu sa ZEK-om, procijeniti postoji li na tom relevantnom tržištu jedan ili više operatora sa značajnom tržišnom snagom.

3. Treći korak se odnosi na aktivnosti koje proističu iz utvrđenog stepena efikasnosti tržišne konkurenciju na relevantnom tržištu. U skladu s članom 43. ZEK-a, Agencija rješenjem određuje operatora, odnosno operatore sa značajnom tržišnom snagom na tom tržištu, pri čemu mora narediti preduzimanje bar jedne od mjera iz čl. 44, 45, 46, 47, 48, 49 i 50 ZEK, uzimajući u obzir načelo racionalnosti i proporcionalnosti, kao i obrazloženje naređenih mjera.

U slučaju da nisu zadovoljena sva tri kriterijuma, Agencija će novim rješenjem ukinuti rješenja koja su na tom tržištu određivala operatore sa značajnom tržišnom snagom, uključujući i mjere koje su naređene tim rješenjima.

### **1.3 Saradnja sa Upravom za zaštitu konkurencije**

Imajući u vidu činjenicu da član 41 Zakona propisuje da Agencija u saradnji sa organom nadležnim za zaštitu konkurencije određuje, prati, preispituje relevantne usluge i relevantna geografska tržišta u Crnoj Gori u oblasti usluga elektronskih komunikacija, kao i da shodno članu 42. Zakona Agencija sprovodi analizu tržišta u saradnji sa organom nadležnim za zaštitu konkurencije ili samostalno, Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost i Uprava za zaštitu konkurencije potpisale su dana 28.04.2009. godine Sporazum o saradnji na području obezbjeđenja konkurencije i predupređenja štetnih efekata nedostatka konkurencije na tržištu usluga elektronskih komunikacija.

#### 1.4 Hronološki redosljed aktivnosti

Savjet Agencije je, na sjednici održanoj 31.03.2011. godine donio Odluku o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma, kojom je naloženo sprovođenje testa tri kriterijuma na maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za fizička i pravna lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji. S obzirom da ovo tržište nije dio važeće Preporuke Evropske komisije o relevantnim tržištima podložnima *ex-ante* regulaciji, potrebno je sprovođenje Testa tri kriterijuma radi ocjene efikasnosti tržišne konkurencije na tom tržištu.

Shodno Preporuci iz 2003, na maloprodajnom nivou u fiksnim elektronskim komunikacionim mrežama postoje četiri tržišta vezana za javno dostupnu telefonsku uslugu i to:

- tržište javno dostupnih usluga lokalnih i nacionalnih poziva za fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji,
- tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji,
- tržište javno dostupnih usluga lokalnih i nacionalnih poziva za pravna lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, i
- tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji.

U skladu s navedenim, a s ciljem prikupljanja svih potrebnih podataka, Agencija je, na osnovu sopstvenih pretpostavki i iskustava iz zemalja Evropske unije, izradila jedinstveni upitnik za operatore koji pružaju javno dostupnu telefonsku uslugu na fiksnoj lokaciji fizičkim i pravnim licima kao i pristup javnoj komunikacionoj mreži na fiksnoj lokaciji u cilju pružanja javno dostupne telefonske usluge. Navedeni upitnik se sastoji od dva dijela, a isti sadrži sve potrebne podatke za sprovođenje postupka utvrđivanja, određivanja i analize relevantnih tržišta podložnih *ex-ante* regulaciji. Prvi dio upitnika se odnosi na uslugu pristupa javnoj komunikacionoj mreži na fiksnoj lokaciji, a drugi dio se odnosi na javno dostupnu telefonsku uslugu. Podaci koji su traženi u upitniku se odnose na period od početka 2008 do kraja 2010 i to na polugodišnjem nivou.

Imajući u vidu činjenicu da su u Crnoj Gori, shodno prethodno sprovedenom rebalansu tarifa za javno dostupne telefonske usluge, izjednačeni uslovi pružanja ovih usluga pravnim i fizičkim licima, Agencija je razmatrala Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za fizička i pravna lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, kao jedinstveno maloprodajno tržište. Agencija je 11.04.2011. godine, shodno Registru operatora, prema tabeli 1, poslala upitnik u pisanom i elektronskom obliku, sa rokom dostavljanja popunjenih upitnika od mjesec dana.

R.Br.	Naziv operatora
1.	Crnogorski Telekom
2.	Telenor
3.	DRUŠTVO ZA TELEKOMUNIKACIJU MTEL D.O.O
4.	Društvo za projektovanje i izgradnju telekomunikacionih objekata, „PTT inženjering” d.o.o.
5.	CRNOGORSKI ELEKTROPRENOSNI SISTEM`A.D

6.	Montenegro Connect“d.o.o
7.	M-KABL D.O.O.
8.	“IPMONT”d.o.o.PODGORICA
9.	“FiberNet”d.o.o. PODGORICA
10.	VOIP”d.o.o.ULCINJ
11.	PRONTO-TEL COMPANY”D.O.O.PODGORICA
12.	ELTA MONT D.O.O.-Nikšić
13.	„MONTEKOM”D.O.O Ulcinj
14.	DIMAL TELCOM”Podgorica
15.	INFORMATIKA MONTENEGRO D.O.O.
16.	CABLING D.O.O.
17.	DASTO MONTEL D.O.O.
18.	ZIREX D.O.O.
19.	MNNEWS-a D.O.O.
20.	VOIP TELEKOM d.o.o. Podgorica
21.	DYNACOM”D.O.O. Podgorica
22.	D.O.O.„VOX”
23.	„POŠTA CRNE GORE”D.O.O.Podgorica

*Tabela 1. Spisak operatora kojima je dostavljen upitnik*

Podatke su dostavili samo Crnogorski Telekom i IPMONT. Nakon upućivanja Urgencije od 07.06.2011. Društvo za telekomunikacije M:Tel d.o.o. i Pošta Crne Gore su dostavili djelimične podatke.

Društvo za projektovanje i izgradnju telekomunikacionih objekata "PTT inženjering" d.o.o. je umjesto traženih podataka dostavilo obavještenje da je prestalo sa radom na pružanju elektronskih komunikacionih usluga i da nije u mogućnosti da dostavi tražene podatke.

Agencija je, nakon prijema popunjenih upitnika, otpočela sprovođenje Testa tri kriterijuma na svim relevantnim tržištima javno dostupne telefonske usluge koja se pruža na fiksnoj lokaciji.

## 2. DEFINISANJE RELEVANTNOG TRŽIŠTA

U skladu sa svojim nadležnostima, shodno članu 41. ZEK, Agencija u saradnji sa organom nadležnim za zaštitu konkurencije, određuje, prati i preispituje relevantne usluge i relevantna geografska tržišta u Crnoj Gori u oblasti usluga elektronskih komunikacija, pri čemu se uzima u obzir praksa Evropske unije. Na taj način Agencija utvrđuje tržišta koja su podložna *ex-ante* regulaciji, primjenjujući relevantne preporuke.

S obzirom da maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za fizička i pravna lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji nije dio važeće Preporuke Evropske komisije o relevantnim tržištima podložnima *ex-ante* regulaciji, potrebno je sprovođenje Testa tri kriterijuma radi ocjene efikasnosti tržišne konkurencije:

1. prisustva snažnih i trajnih prepreka za ulazak na tržište, koje mogu biti strukturne, pravne i regulatorne prirode;
2. procjene povećanja konkurentnosti određenog relevantnog tržišta u naredne dvije godine i u odsustvu regulatornih mjera;
3. ocjene regulatora da li su važećim Zakonom o zaštiti konkurencije propisane mjere za suzbijanje radnji i akata kojim se sprječava, ograničava ili narušava konkurencija, i drugih strukturnih poremećaja na tržištu elektronskih komunikacija.

S obzirom da tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji nije sastavni dio nove Preporuke o relevantnim tržištima, a bilo je kao četvrto i šesto tržište obuhvaćeno starom Preporukom, Agencija može vršiti vršiti *ex-ante* regulaciju ukoliko dokaže da su istovremeno zadovoljena sva tri kriterijuma. U slučaju da su zadovoljena sva tri kriterijuma (Test tri kriterijuma), Agencija će sprovesti postupak analize tržišta u skladu sa ZEK-om.

### **2.1. Određivanje granica relevantnog tržišta za potrebe sprovođenja Testa tri kriterijuma**

U procesu određivanja relevantnog tržišta, Agencija bi trebalo da odredi relevantno tržište usluga i geografsku dimenziju tržišta, primjenjujući relevantne Smjernice Evropske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage kao i o relevantnoj pravnoj tekovini Evropske unije iz područja tržišne konkurencije.

Pri određivanju relevantnog tržišta, odnosno dimenzije usluga i geografske dimenzije, polazi se od utvrđivanja supstitucije ponude i supstitucije tražnje. Pomocu supstitucije na strani tražnje utvrđuju se usluge koje korisnici smatraju zamjenskim uslugama tj. supstitutima. Zamjenska usluga - supstitut 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, supstitucija 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 supstitucije na strani ponude aktivni operator odmah reaguje na povecanje cijene, tako da potencijalnom konkurentu treba više vremena kako bi počeo da nudi istovjetnu uslugu na tržištu. U slučaju supstitucije aktivni operatori se ne izlažu dodatnim troškovima, a ulazak potencijalnih konkurenata podrazumijeva značajne nenadoknadive troškove (eng. sunk cost).

Jedan od načina kojim je moguće procijeniti postojanje zamjenjivosti na strani ponude i potražnje jeste primjena testa hipotetičkog monopola (hipoteičko povecanje cijene). Shodno 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 pretpostavlja trajni rast cijena od 5% do 10%.

### **2.1.1. Trenutno stanje na tržištu fiksnih mreža u cilju pružanja javno dostupne telefonske usluge koja se pruža na fiksnoj lokaciji mreži u Crnoj Gori**

U periodu koji je obuhvaćen upitnicima, na crnogorskom tržištu javno dostupne usluge međunarodnih poziva za pravna i fizička lica, koji se pružaju na fiksnoj lokaciji su pružali sledeći operatori:

#### **1. Crnogorski Telekom a.d. Podgorica**

Operator javne fiksne elektronske komunikacione mreže i operator javnih fiksnih elektronskih komunikacionih usluga, ovlašćen je da putem svoje odobrene mreže ponudi sljedeće servise (usluge): a) prenos govora, zvuka i slike; b) prenos podataka; c) faksimil; d) servise inteligentne mreže; e) servise javnih telefonskih govornica; f) servise iznajmljivanja linija; g) servis prenosa govora preko mreža baziranih na internet protokolu; h) servis povratnog poziva; i) servis sa dodatnom vrijednošću (eng. *Value Added Services*) i bilo koje druge fiksne telekomunikacione servise.

#### **2. Društvo za telekomunikaciju M:Tel d.o.o. Podgorica**

Operator javne mobilne elektronske komunikacione mreže i operator javnih mobilnih elektronskih komunikacionih usluga.

Operator javne fiksne elektronske komunikacione mreže na bazi fiksnog bežičnog pristupa i operator javnih fiksnih elektronskih komunikacionih usluga.

#### **3. Društvo za projektovanje i izgradnju telekomunikacionih objekata "PTT inženjering" d.o.o. Podgorica**

Operator javne kablovske elektronske komunikacione mreže i operator javnih fiksnih elektronskih komunikacionih usluga.

Operator javnih elektronskih komunikacionih usluga, distribucije radio i televizijskih programa do krajnjih korisnika.

#### **4. IPMONT d.o.o. Podgorica**

Operator javnih elektronskih komunikacionih mreža i usluga, registrovan za obavljanje elektronske komunikacione usluge prenosa govora putem mreža baziranih na Internet protokolu (izbor i predizbor operatora, prepaid calling cards, Call Shop i SIP korisnici).

#### **5. Pošta Crne Gore d.o.o. Podgorica**

## **2.2. Definicija relevantnog tržišta usluga**

Relevantno tržište je skup svih javno ponuđenih telekomunikacionih servisa, koji su po svojim karakteristikama i namjeni međusobno zamjenjivi na određenom geografskom području, pri datom nivou cijena.

Osnovna načela definisanja relevantnih tržišta odnose se na analizu stepena supstitucije na strani tražnje, stepena supstitucije na strani ponude i analize potencijalnih konkurentskih pritisaka. Analiza stepena supstitucije na strani tražnje predstavlja utvrđivanje asortimana usluga koje krajnji korisnik može smatrati supstitutivnim uslugama na relevantnom tržištu. Takođe, vrši se procjena mogućnosti potencijalnog pružaoca telekomunikacionih usluga da brzo i uz relativno male troškove ponudi konkurentnu uslugu na relevantnom tržištu kao odgovor malom, ali značajnom, trajnom povećanju cijena usluge od strane hipotetskog monopoliste. Kod supstitucije na strani ponude operator odmah reaguje na povećanje cijene, dok je potencijalnim konkurentima potrebno više vremena i ulaganja za pružanje istovjetne usluge na tržištu.

U svrhu definisanja tržišta, pri određivanju supstituta, može se koristiti tehnika hipotetičkog monopolističkog testa (eng. SSNIP test – Small but Non Transitory Increase in Price) koja, počevši od najuže moguće definicije tržišta koje se analizira, određuje da li hipotetički monopolista može da sprovede malo ali značajno trajno povećanje cijena, a da pritom ne izgubi dio prihoda, usled preorijentacije krajnjih korisnika ka supstitutivnim uslugama.

Pri definisanju tržišta usluga određuju se usluge koje korisnik smatra supstitutima u pogledu, namjene, funkcionalnosti i cijena na datom tržištu. Stepen supstitucije se određuje pomoću:

- Stepen supstitucije na strani tražnje (eng. *Demand side substitutability*) i
- Stepen supstitucije na strani ponude (eng. *Supply side substitutability*).

*Stepen supstitucije na strani tražnje* se utvrđuje na osnovu zamjenjivosti usluge posmatrano sa stanovišta korisnika pri relativnom porastu cijena. Za procjenu stepena supstitucije može se koristiti SSNIP (eng. Small but Significant and Non-transitory Increase in Price) test, kojim se dokazuje spremnosti korisnika usluge A da pri porastu cijena te usluge 5-10% počne da koristi uslugu B. Pri tome se uzimaju u obzir, kako cijene usluga A i B, tako i troškovi prelaska na korišćenje usluge B (dugoročni ugovori, cijena terminalne opreme isl). Ukoliko SSNIP test pokaže da su usluge A i B zamjenjive, smatra se da one pripadaju istom tržištu.

*Stepen supstitucije na strani ponude* se utvrđuje na osnovu mogućnosti preduzeća, koja pružaju druge usluge, a koje ne pripadaju istom tržištu usluga, da, usled relativnog porasta cijena razmatrane usluge u relativno kratkom vremenu operatori uđu na tržište i počnu da pružaju te usluge. Prilikom procjene postojanja potencijalne tržišne konkurencije potrebno je utvrditi njen nivo i uslove na relevantnom tržištu pod kojima novi tržišni učesnici, odnosno privredni subjekti mogu ući na dato relevantno tržište. Postojanje potencijalne tržišne konkurencije utvrđuje se na osnovu razmatranja predviđenih promjena postojećih tržišnih uslova, koje se odnose na strukturu relevantnog tržišta, ponašanja postojećih učesnika na relevantnom tržištu i uticaja na ostale stvarne i potencijalne učesnike na tržištu, ekonomske i finansijske snage učesnika na tržištu, ekonomskih, pravnih i drugih prepreka pristupa relevantnom tržištu, tržišnih trendova, i dr.

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

- pozivi prema geografskim brojevima (prema nacionalnim fiksnim mrežama);
- pozivi prema brojevima u nacionalnim mobilnim elektronskim komunikacionim mrežama
- pozivi prema međunarodnim brojevima;
- pozivi prema Internet brojevima;
- pozivi prema ostalim negeografskim brojevima (usluge s dodatnom vrijednošću, usluge besplatnog poziva, usluge jedinstvenog pozivnog broja).

Agencija je, pri određivanju granica tržišta javno dostupne telefonske usluge koja se pruža na fiksnoj lokaciji, razmotrio i druge nacine komunikacije kao moguće supstitute usluzi poziva iz fiksnih komunikacionih mreža, i procijenio da li ti načini komunikacije pripadaju istom relevantnom tržištu u odnosu na fizička i pravna lica.

### 2.2.1. Supstituti poziva koji potiču iz fiksnih komunikacionih mreža

#### a) Pozivi iz mobilnih mreža

##### Analiza stepena supstitucije na strani tražnje

Pri određivanju relevantnog tržišta usluga javno dostupne telefonske usluge prvenstveno se razmatra stepen supstitucije poziva iz fiksnih mreža pozivima iz mobilnih mreža. S obzirom da krajnji korisnik koji želi ostvariti poziv, može to učiniti koristeći fiksnu ili mobilnu mrežu, izbor korisnika će opredijeliti funkcionalnost i cijene usluga, kao i njegova odluka da pozive iz fiksne mreže zamijeni pozivima iz mobilne na bazi pojedinog (eng. *call-by-call basis*) ili svih poziva. Funkcionalne razlike između poziva iz fiksnih i poziva iz mobilnih mreža ogleda se u mobilnosti koja ukazuje na činjenicu da je pristup mobilnim mrežama moguć nezavisno od lokacije, pristup fiksnim mrežama moguć je samo na određenoj fiksnoj lokaciji. Iz prethodno navedenog se lako može zaključiti kako je korisnik koji ostvaruje pristup i mobilnoj i fiksnoj mreži, u mogućnosti da zamijeni samo pozive iz fiksne mreže pozivima iz mobilne, ali ne i obrnuto. Da bi se ove dvije vrste poziva mogle smatrati supstitutima, potrebno je da iste budu zamjenjive u oba smjera, a što ovdje nije slučaj.

	Fiksna	Mobilna
Fiksna	0,18*	0,44**
Mobilna	0,99***	0,99****

**Tabela 2** Maloprodajne cijene međunarodnih poziva iz fiksnih i mobilnih mreže Crnogorskog Telekomoma

\* cijena poziva prema fiksnim brojevima u tarifnoj zoni Evropa

\*\* cijena poziva prema mobilnim brojevima u tarifnoj zoni Evropa

\*\*\* cijena poziva prema fiksnim brojevima u tarifnoj zoni Evropa\*

\*\*\*\*cijena poziva prema mobilnim brojevima u tarifnoj zoni Evropa

Izvor: Upitnik za Analizu i Cjenovnik Crnogorskog Telekomoma

Cijene poziva su izražene u EUR po minuti poziva sa uključenim PDV -om

Upoređivanjem postojećih cijena poziva iz fiksne i poziva iz mobilne mreže, shodno tabeli 2, Agencija zaključuje da hipotetičko povećanje cijena poziva iz fiksnih mreža, ne bi uticalo na potpunu zamjenjivost istih pozivima iz mobilnih mreža. Naime, čak i uz navedeno povećanje, cijene poziva iz fiksnih mreža ostale bi niže od cijena poziva iz mobilnih prema fiksnim mrežama. Slično važi i za pozive prema mobilnim mrežama, tako da su cijene poziva iz mobilnih prema fiksnim mrežama više od cijena poziva upućenih iz fiksnih prema fiksnim mrežama. Imajući u vidu da ove vrste poziva nisu međusobno potpuno zamjenjive, kao i usled prethodno utvrđenih cjenovnih razlika, pozivi koji potiču iz mobilnih mreža ne mogu se, na strani tražnje smatrati supstitutima pozivima koji potiču iz fiksnih mreža.

### **Analiza stepena supstitucije na strani ponude**

Pozivi koji potiču iz mobilnih mreža mogli bi biti supstitut pozivima koji potiču iz fiksnih mreža na strani ponude ukoliko bi operatora usluga mobilne javne komunikacione mreže bio u mogućnosti da brzo reaguje na povećanje cijene poziva iz fiksnih mreža uz relativno male troškove i pod uslovom da usluga koju ponudi po cijeni i kvalitetu odgovara pozivima koji potiču iz fiksnih mreža. S obzirom da stvaranje navedenih preduslova iziskuje značajna prilagođavanja i nadogradnju postojeće sopstvene pristupne mreže zbog izuzetno visokih i nenadoknadivih troškova potrebnih za razvoj potrebne infrastrukture, supstitucija na strani ponude nije bila moguća u relevantnom vremenskom periodu.

U skladu s prethodno navedenim, Agencija smatra da se pozivi koji potiču iz mobilnih mreža na strani ponude ne mogu smatrati supstitutom pozivima koji potiču iz fiksnih mreža, odnosno da ne postoji operator usluga fiksne javne komunikacione mreže koji bi u slučaju malog, ali značajnog trajnog povećanja cijene poziva iz fiksnih mreža, u razumnom roku i uz relativno male troškove bio u mogućnosti ponuditi iste pozive krajnjim korisnicima.

### **b) Pozivi putem usluge izbora operatora (eng. Carrier selection)**

#### **Analiza stepena supstitucije na strani tražnje**

Usluga poziva putem izbora operatora predstavlja uslugu identičnu pozivu iz mreže operatora koji pruža uslugu pristupa krajnjem korisniku sa aspekta funkcionalnosti. Krajnji korisnik koji koristi usluge poziva i pristupa od bivšeg monopoliste, može u svakom trenutku odlučiti da koristi iste usluge poziva nekog drugog operatora.

Shodno navedenom, Agencija smatra da pozivi putem usluge izbora operatora predstavljaju supstitut usluzi pozivima iz fiksne mreže. Međutim, pošto u Crnoj Gori usluga izbora operatora postoji, i to samo na veleprodajnom nivou, ova usluga ne predstavlja supstitut usluzi pozivu iz mreže operatora koji pruža uslugu pristupa krajnjem korisniku.

#### **Analiza stepena supstitucije na strani ponude**

Veleprodajna usluga izbora operatora olakšava ulazak na tržište novim operatorima koji namjeravaju ili žele ponuditi korisnicima javno dostupnu telefonsku uslugu. S obzirom da se za pružanje usluga poziva prema fiksnim i mobilnim mrežama, koristi ista oprema, operator koji namjerava da uđe na tržište i ponudi uslugu izbora operatora može jednostavno, uz minimalne

nenadoknadive troškove i u kratkom periodu, uz pozive prema fiksnim mrežama nuditi i pozive prema mobilnim mrežama. Identična je situacija i s operatorima koji pozive krajnjim korisnicima nude koristeći sopstvenu mrežnu infrastrukturu.

Shodno navdenom, a imajući u vidu da se novim operatorima putem indirektnog pristupa mreži omogućava ispostavljanje jednog racuna prema krajnjem korisniku, čime se ponuda novih operatora izjednačava s ponudom bivšeg monopoliste, pozivi putem usluga izbora operatora supstitutivna usluga pozivima iz fiksne mreže. Međutim, pošto u Crnoj Gori usluga izbora operatora postoji, i to samo na veleprodajnom nivou, to ova usluga ne predstavlja supstitut usluzi pozivu iz mreže operatora koji pruža uslugu pristupa krajnjem korisniku.

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

#### **Analiza stepena supstitucije na strani tražnje**

VoIP pozivi, kod kojih se prenos govora pruža putem internet protokola, i koji u potpunosti prolaze kroz mrežu operatora posebnim virtuelnim kanalom koji je namijenjen govoru, je maloprodajna javno dostupna telefonska usluga. Ova usluga obuhvata sve vrste prenosa govora putem internet protokola, koji mogu biti upravljani i neupravljani.

Upravljane (eng. *managed*) VoIP pozive karakteriše prenos govora koja se pruža putem internet protokola i koji u potpunosti prolazi kroz mrežu operatora.

Neupravljane (eng. *non-managed*) pozive karakteriše prenos govora koja se pruža putem internet protokola i koji istovremeno u jednom svom dijelu prolazi kroz javni internet (VoIP), što onemogućava uslugu koja po kvalitetu odgovara javno dostupnoj telefonskoj usluzi u fiksnoj mreži, i kao takva ne predstavlja supstitut pozivima koji potiču iz fiksnih mreža.

#### **Analiza stepena supstitucije na strani ponude**

Iako postoje bitne razlike u opremi i načinu pružanja standardne (PSTN) javno dostupne telefonske usluge i prenosa govora putem internet protokola (VoIP), Agencija smatra da bi u slučaju malog, ali značajnog, trajnog povećanja cijena standardne javno dostupne telefonske usluge, ostali operatori (postojeci ili oni koji tek namjeravaju da uđu na tržište), kao odgovor na povećanje cijene, mogli ponuditi uslugu prenosa govora putem internet protokola (VoIP) omogućavajući poseban virtuelni kanal za govor, pri čemu bi takva usluga u potpunosti odgovarala standardnoj PSTN usluzi. Postojeće veleprodajne usluge koje omogućavaju ostalim operatorima uslove za pružanje navedene usluge, kao i dosadašnja ulaganja u sopstvene mreže omogućavaju operatorima da u relativno kratkom roku i bez izlaganja većim dodatnim troškovima ponude korisnicima traženu uslugu.

U skladu s navedenim, Agencija smatra da je na strani ponude prenos govora putem internet protokola (VoIP) koji odgovara kvalitetu javno dostupne telefonske usluge supstitut standardnoj (PSTN) javno dostupnoj telefonskoj usluzi.

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

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

#### **Analiza stepena supstitucije na strani tražnje**

Nakon određivanja definicije tržišta poziva koji potiču iz fiksnih mreža, potrebno je odrediti da li lokalni/međumjesni i međunarodni pozivi koji potiču iz fiksnih mreža pripadaju li istom tržištu.

Agencija smatra da, u pogledu krajnjeg korisnika, lokalni/međumjesni i međunarodni pozivi koji potiču iz fiksnih mreža ne mogu pripadati istom relevantnom tržištu. Osnovna razlika između navedenih poziva je u tome što se lokalni/međumjesni pozivi završavaju u mrežama nacionalnih operatora, a međunarodni pozivi završavaju u mrežama međunarodnih operatora. S obzirom da korisnici u Crnoj Gori ostvaruju pristup nacionalnoj mreži, te da je mali broj onih koji ostvaruju pristup nekoj od međunarodnih mreža, korisnik koji trenutno nije uz svoj telefon u Crnoj Gori nije moguće dobiti pozivom na broj u međunarodnoj mreži. To znači da sa korisnikom usluga nekog od nacionalnih operatora nije u mogućnosti uspostaviti vezu pozivanjem broja u međunarodnoj mreži umjesto u nacionalnoj mreži. Kako 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 fiksnih 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 evropskom praksom, u Crnoj Gori je uobičajeno da operatori grupišu zemlje u određene tarifne zone prema kojima se primjenjuju jedinstvene cijene pri čemu su najčešće pozivane zemlje i najjeftinije.

Shodno navedenom, Agencija smatra da je, na strani tražnje, za međunarodne pozive koji potiču iz fiksnih mreža potrebno odrediti zasebna tržišta.

#### **Analiza stepena supstitucije na strani ponude**

U Crnoj Gori, u relevantnom periodu su svi operatori pružali korisnicima uslugu poziva prema brojevima u nacionalnim i prema brojevima u međunarodnim mrežama. Nacionalni operatori koji namjeravaju korisnicima ponuditi uslugu poziva prema brojevima u međunarodnim mrežama, treba da s jednim ili više međunarodnih operatora sklope ugovore o interkonekciji, što iziskuje minimalne nenadoknadive troškove.

Shodno činjenici, operatori koji su u relevantnom periodu korisnicima nudili lokalne/međumjesne i međunarodne pozive iz fiksnih mreža, Agencija smatra da su navedeni pozivi komplementarne usluge koje korisnici ne razdvajaju prilikom ugovaranja javno dostupne telefonske usluge, te da uz prethodno spomenute minimalne nenadoknadive 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 fiksnih mreža ne bi bio u mogućnosti korisnicima ponuditi obje navedene vrste poziva. Takođe, i operatori koji krajnjim korisnicima nude ili tek žele nuditi pozive putem izbora operatora, mogu, uz gore spomenute minimalne prateće troškove, pored lokalnih/nacionalnih poziva ponuditi i međunarodne.

Shodno navedenom, Agencija smatra da, na strani ponude, lokalni/međumjesni i međunarodni pozivi mogu pripadati istom relevantnom tržištu, ali je Agencija, zbog značajnih razlika na strani tražnje zaključila da ove dvije vrste poziva treba da pripadaju različitim tržištima.

## **b) Pozivi prema brojevima u fiksnim mrežama i pozivi prema brojevima u mobilnim mrežama**

### **Analiza stepena supstitucije na strani tražnje**

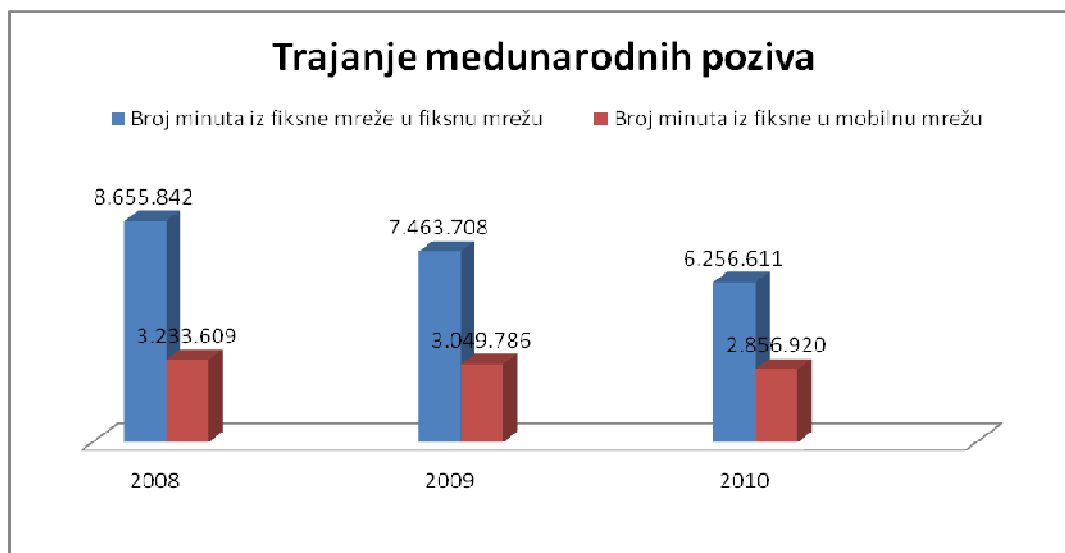
Nakon zaključivanja da lokalni/nacionalni i međunarodni pozivi koji potiču iz fiksnih mreža pripadaju različitim tržištima, Agencija razmatra mogućnost supstitucije poziva prema brojevima u fiksnim mrežama (eng. *fixed-to-fixed*) i poziva prema brojevima u mobilnim mrežama (eng. *fixed-to-mobile*).

Traženog korisnika je uvijek, umjesto pozivanja na broj u fiksnoj mreži, moguće dobiti na njegov broj u mobilnoj mreži, ukoliko ga krajnji korisnik posjeduje, što ukazuje da se, zbog dostupnosti pojedinog korisnika i putem broja u mobilnoj mreži, poziv upućen na broj u mobilnoj mreži može se smatrati supstitutom usluzi poziva upućenom na broj u fiksnoj mreži. Takođe, uzimajući u obzir cijene poziva koji potiču iz fiksne mreže u mobilnu mrežu, koje su nešto više od cijena poziva iz fiksne mreže u fiksnu mrežu, shodno Tabeli 3, nije realno očekivati da će korisnik sve svoje pozive prema fiksnoj mreži zamijeniti pozivima prema mobilnim mrežama.

	Fiksna mreža	Mobilna mreža
Fiksna mreža	0,18	0,44

*Tabela 3 Maloprodajne cijene međunarodnih poziva iz fiksne mreže Crnogorskog Telekomu prema brojevima u tarifnoj zoni Europa  
Izvor: Upitnik za Analizu i Cjenovnik Crnogorskog Telekomu*

Shodno navedenom, stepen supstitucije poziva iz fiksne u fiksnu mrežu pozivima iz fiksne u mobilnu, od strane korisnika koji je cjenovno osjetljiv, realna je u situaciji kada je važno u određenom trenutku uspostaviti poziv, stoga se pozivi iz fiksne u mobilnu mrežu u opisanoj situaciji mogu smatrati supstitutom. Takođe, Agencija smatra da je opisani stepen supstitucije potrebno posmatrati i imajući u vidu trajanje poziva upućenih iz fiksnih prema mobilnim mrežama, shodno dijagramu 1, koji upućuje na to da korisnici sve više ove dvije usluge smatraju sličnim iako se ne mogu smatrati supstitutima.



*Dijagram 1: Trajanje međunarodnih poziva*

*Izvor: Upitnik za Analizu*

Agencija smatra da korisnici navedene vrste poziva smatraju komplementarnim uslugama, posebno zato što ugovaranjem javno dostupne telefonske usluge na fiksnoj lokaciji, korisnici ne razdvajaju ove vrste poziva, odnosno istovremeno ostvaruju mogućnost poziva prema fiksnim i mobilnim mrežama.

Shodno navedenom, Agencija smatra da su, međunarodni pozivi koji potiču iz fiksnih mreža prema brojevima u mobilnim mrežama i pozivi iz fiksnih mreža prema brojevima u fiksnim mrežama komplementarne usluge koje na strani tražnje čine sastavni dio istog relevantnog tržišta.

#### **Analiza stepena supstitucije na strani ponude**

Operatori usluga fiksnih mreža su u relevantnom periodu nudili pozive prema fiksnim i prema mobilnim mrežama bez razdvajanja. S obzirom da je oprema potrebna za pružanje poziva prema fiksnim mrežama ista kao i oprema potrebna za pružanje poziva prema mobilnim mrežama, operator koji namjerava da uđe na tržište i ponudi uslugu izbora operatora može jednostavno, uz minimalne nenadoknadive troškove i u kratkom razdoblju, uz pozive prema fiksnim mrežama ponuditi i pozive prema mobilnim mrežama. Identična je situacija i s operatorima koji pozive krajnjim korisnicima nude koristeći sopstvenu mrežnu infrastrukturu.

Shodno navedenom, Agencija zaključuje da su međunarodni pozivi iz fiksnih mreža prema brojevima u mobilnim mrežama supstitut pozivima iz fiksnih mreža prema brojevima u fiksnim mrežama, i da pripadaju istom tržištu.

#### **c) Pozivi prema Internet brojevima**

##### **Analiza stepena supstitucije na strani tražnje**

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 supstitut govornom pozivu i obrnuto. Iako svi operatori koji nude govorne pozive korisnicima usluga fiksnih mreža, također nude i cijeli spektar usluga, uključujući i pozive prema Internet brojevima, i nezavisno od toga što korisnik, kada ugovara javno dostupnu telefonsku uslugu, odnosno pozive, ne ugovara odvojeno govorne pozive prema fiksnim mrežama i pozive prema Internet brojevima, Agencija zbog navedene razlike u funkcionalnom smislu ovih vrsta poziva, iste smatra komplementarnim uslugama koje, kao takve, ne pripadaju istom tržištu.

#### **Analiza stepena supstitucije na strani ponude**

Pri procjenjivanju spremnosti operatora usluge pristupa Internetu da, u slučaju malog ali značajnog trajnog povećanja cijena govornih poziva iz fiksnih mreža, ponude takve pozive u kratkom roku i bez izlaganja dodatnim troškovima, Agencija je zaključila da su svi operatori usluge pristupa Internetu u mogućnosti da putem usluge izbora operatora nude korisnicima i uslugu govornih poziva iz fiksnih mreža.

Shodno navedenom, moglo bi se zaključiti da na strani ponude nema potrebe za određivanjem zasebnih tržišta za pozive prema Internet brojevima i govornih poziva iz fiksnih mreža. Ipak, zbog značajnih razlika na strani tražnje, Agencija smatra da javno dostupna telefonska usluga koja se pruža na fiksnoj lokaciji i pozivi prema Internet brojevima, ne mogu pripadati istom relevantnom tržištu, i da čine dva zasebna tržišta.

#### **d) Pozivi prema geografskim i negeografskim uslugama (brojevima)**

##### **Analiza stepena supstitucije na strani tražnje**

Geografski broj je broj iz plana numeracije koji je vezan za geografsku lokaciju. Negeografski brojevi su, shodno ZEK, brojevi iz plana numeracije koji nisu geografski brojevi (nisu vezani za geografsku lokaciju). U negeografske brojeve ubrajaju se brojevi mobilnih usluga, besplatnih usluga, usluga sa dodatnom vrijednošću i slično. Pozivi prema brojevima u fiksnim mrežama razmatrani su zasebno iz razloga što, iako prema Planu numeracije pripadaju negeografskim brojevima, funkcionalno su slični pozivima prema geografskim brojevima, a s obzirom da je pozivanjem jednih i drugih moguće dobiti određenog korisnika, Agencija smatra da poziv upućen određenom korisniku na njegov geografski broj, nije moguće ostvariti i pozivanjem nekog od negeografskih brojeva, s obzirom da isti služe za pružanje usluga s dodatnom vrijednosti, usluge besplatnih poziva i sl. To znači da sa korisnikom usluga nekog od nacionalnih operatora nije u mogućnosti uspostaviti vezu pozivanjem na određeni negeografski broj umjesto na korisnikov geografski broj. Shodno navedenom, iako korisnik ne ugovara odvojeno pozive prema geografskim brojevima i pozive prema negeografskim brojevima te su isti komplementarne usluge, Agencija smatra da na strani tražnje ove vrste poziva čine zasebna tržišta.

##### **Analiza stepena supstitucije na strani ponude**

S obzirom da ulaganja operatora u uslugu izbora operatora pokrivaju pozive prema geografskim i pozive prema negeografskim brojevima, Agencija smatra da bi operator, koji pruža pozive prema negeografskim brojevima putem usluge izbora operatora ili to tek namjerava, u slučaju malog, ali

značajnog trajnog povećanja cijena, mogao u kratkom roku i bez izlaganja dodatnim troškovima nuditi korisnicima i pozive prema geografskim brojevima. Isto važi i za operatore koji korisnicima pružaju pozive putem sopstvene mrežne infrastrukture.

Shodno navedenom, Agencija smatra da na strani ponude nema potrebe za određivanjem zasebnih tržišta za usluge poziva prema geografskim i poziva prema negeografskim brojevima. Ipak, zbog značajnih razlika na strani tražnje, Agencija smatra da usluga pozivi prema geografskim brojevima i usluga poziva prema negeografskim brojevima, ne pripadaju istom relevantnom tržištu, i da čine dva zasebna tržišta.

### **2.2.3. Korisnici – pravna lica i fizička lica**

#### **Analiza stepena supstitucije na strani tražnje**

Iako je javno dostupna telefonska usluga funkcionalno identična za fizička i pravna lica, ove dvije vrste korisnika imaju bitno različite potrebe u pogledu komuniciranja. Operatori kreiraju različite, zasebne ponude/tarifne pakete javno dostupne telefonske usluge za ove dvije vrste korisnika. Uz činjenicu da postoje razlike u ponudi i samim karakteristikama tarifnih paketa, to nema razlike u cijenama javno dostupne telefonske usluge između ove dvije vrste korisnika. Na osnovu prethodno sprovedenog rebalansa tarifa za javno dostupne telefonske usluge, u Crnoj Gori su izjednačeni uslovi pružanja ovih usluga pravnim i fizičkim licima.

Shodno navedenom, Agencija smatra da javno dostupne telefonske usluge koje se pružaju na fiksnoj lokaciji za pravna i fizička lica na strani tražnje pripadaju istom tržištu.

#### **Analiza stepena supstitucije na strani ponude**

Potrebe fizičkih lica, zahtijevaju posebna poslovna rješenja, za razliku od pravnih lica, koja uz javno dostupnu telefonsku uslugu uključuju i dodatne elektronske komunikacione usluge, a takvu kombinaciju usluga, izuzev bivšeg monopoliste, ostali operatori trenutno nisu u mogućnosti da nude poslovnim korisnicima, s obzirom da bi to zahtijevalo od operatora istovremeni ulazak na više različitih tržišta koji iziskuje visoke nenadoknadive troškove. Međutim, javno dostupna telefonska usluga funkcionalno je identična za fizička i pravna lica, zbog čega, prema mišljenju Agencije, ne postoje prepreke zbog kojih operator koji pruža javno dostupnu telefonsku uslugu fizičkim licima ne bi bio u mogućnosti tu uslugu ponuditi i pravnim licima, i obrnuto. Naime, u Crnoj Gori, u relevantnom periodu svi operatori pružali su javno dostupnu telefonsku uslugu i fizičkim i pravnim licima. Takođe, operatori koji tek namjeravaju da uđu na tržište i pružaju javno dostupne telefonske usluge fizičkim i pravnim licima, isto mogu realizovati uz minimalne nenadoknadive troškove i u kratkom razdoblju, putem veleprodajne usluge izbora operatora. S obzirom da je ista oprema potrebna za pružanje poziva putem izbora operatora fizičkim i pravnim licima, operator koji pruža javno dostupnu telefonsku uslugu fizičkim licima, može istu ponuditi i pravnim licima. Identična je situacija i s operatorima koji pozive krajnjim korisnicima nude koristeći sopstvenu mrežnu infrastrukturu.

Shodno navedenom, Agencija smatra da na strani ponude javno dostupne telefonske usluge koje se pružaju na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica pripadaju istom relevantnom tržištu.

### **2.3. Geografska dimenzija Relevantnog tržišta**

Geografska dimenzija Relevantnog tržišta obuhvata sva područja u kojima određeni operatori pružaju usluge pod istim uslovima, odnosno u kojima postoje jednaki uslovi tržišne konkurencije.

U skladu sa smjernicama i preporukama Evropske komisije geografska dimenzija relevantnog tržišta je većinom određena na osnovu pokrivenosti mrežom i postojanja jednakog pravnog i regulatornog okvira na određenom geografskom području.

Shodno navedenom, Agencija smatra da je relevantno Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica, koji se pružaju na fiksnoj lokaciji nacionalno, odnosno da je geografska dimenzija relevantnog tržišta teritorija Crne Gore.

### **2.4. Zaključak Agencije o određivanju relevantnog tržišta**

Na osnovu prethodno izloženog, Agencija je utvrdila da Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica, koji se pružaju na fiksnoj lokaciji u Crnoj Gori čine usluge:

- pozivi prema geografskim brojevima (prema međunarodnim fiksnim mrežama);
- pozivi prema brojevima u međunarodnim mobilnim elektronskim komunikacionim mrežama,

nezavisno od toga da li se radi o standardnoj javno dostupnoj telefonskoj usluzi, pozivima putem usluge izbora operatora ili upravljanim VoIP pozivima (kod kojih se prenos govora pruža putem internet protokola i koji u potpunosti prolazi kroz mrežu operatora, a pritom omogućava poseban virtualni kanal za govor).

Takođe, Agencija je zaključila da je relevantno tržište u geografskoj dimenziji nacionalna teritorija Crne Gore.

### 3. TEST TRI KRITERIJUMA

Relevantna Preporuka iz februara 2003. godine sadržavala je 18 tržišta koja su bila podložna prethodnoj (*ex-ante*) regulaciji, što znači da je Evropska komisija zaključila da su na relevantnim tržištima istovremeno zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma), te na taj način utvrdila da su relevantna tržišta podložna prethodnoj regulaciji u većini zemalja Evropske unije. Prethodna Preporuka o relevantnim tržištima izmjenjena je na način da umjesto 18 relevantnih tržišta, na osnovu nove Preporuke o relevantnom tržištima, postoji 7 relevantnih tržišta koja su podložna prethodnoj regulaciji. Tržišta koja više nisu sastavni dio trenutno važeće Preporuke o relevantnim tržištima, nacionalna regulatorna tijela i dalje mogu regulisati, ali na način da dokažu da su na tim tržištima istovremeno zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma).

Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, kao ni Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, koja su na osnovu stare Preporuke o relevantnim tržištima bila označena kao tržišta 4. i 6., nijesu sastavni dio nove Preporuke o relevantnim tržištima.

Na osnovu navedenog, Agencija može prethodno regulisati navedena tržišta jedino u slučaju da su istovremeno zadovoljena sljedeća tri kriterijuma:

1. prisutnost visokih i trajnih prepreka za ulazak na tržište, strukturne, pravne ili regulatorne prirode;
2. struktura tržišta koja ne teži razvoju efikasne tržišne konkurencije u odgovarajućem vremenskom okviru;
3. primjena relevantnih propisa o zaštiti tržišne konkurencije sama po sebi ne omogućuje na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu.

U slučaju da su istovremeno zadovoljena sva tri kriterijuma, Agencija je u mogućnosti da sprovede analizu kojom se utvrđuje nivo tržišne konkurencije, odnosno utvrđuje se postoje li na tržištu operatori sa značajnom tržišnom snagom. Glavna razlika između Testa tri kriterijuma i analize tržišta kojom se utvrđuje nivo tržišne konkurencije, odnosno postoje li na tržištu operatori sa značajnom tržišnom snagom je u tome što je kod Testa tri kriterijuma naglasak na razvoju i strukturi tržišta, a kod analize tržišta naglasak je na odnosu između operatora koji djeluju na tom relevantnom tržištu.

Agencija je odlučila da ova dva tržišta, navedena u staroj Preporuci o relevantnim tržištima, razmatra objedinjeno, kao Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji. Analiza tog objedinjenog tržišta će biti urađena nakon prethodno sprovedenog testa tri kriterijuma, u skladu da trenutno važećom preporukom EU o relevantnim tržištima.

### **3.1 Prvi kriterijum: Prisutnost visokih i trajnih prepreka strukturne, pravne ili regulatorne prirode za ulazak na tržište**

U skladu sa Preporukom Evropske komisije, postojanje visokih i trajnih prepreka za ulazak na tržište određuje se na osnovu strukturnih, pravnih i regulatornih prepreka. Utvrđivanjem postojanja strukturnih i pravnih ili regulatornih prepreka, Agencija je u mogućnosti da, nametanjem odgovarajućih mjera, omogući pojavljivanje novih operatora, čime se utiče na razvoj efikasne tržišne konkurencije.

#### **3.1.1. Strukturne prepreke za ulazak na tržište**

Shodno Preporuci Evropske komisije iz 2003. godine<sup>1</sup>, regulatorna tijela prilikom određivanja visokih i trajnih prepreka procjenjuju sledeće kriterijume, koji ne moraju biti kumulativno ispunjeni:

- nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije;
- stepen vertikalne integracije;
- postojanje nenadoknadivih troškova;
- jednostavan ili povlašćen pristup tržištima kapitala ili novčanim izvorima;
- ekonomije širine;
- ekonomije obima;
- prepreke prelaska za krajnje korisnike;
- stepen diverzifikacije usluga;
- tehnološka prednost ili nadmoć.

Agencija je, prilikom određivanja prepreka, vršila procjenu nekoliko prethodno spomenutih kriterijuma, što je dovoljan pokazatelj stvarnog stanja na Maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji.

Agencija zaključuje da upotreba drugih kriterijuma u procenjivanju da li operator ima SMP status na relevantnom tržištu nema značaj i ne bi mogla dati drugi rezultat o status značajne tržišne snage.

#### **a) nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije**

U pogledu nadzora infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije, evidentno je da je Crnogorski Telekom bivši monopolist i vlasnik elektronske komunikacione mreže sa velikim brojem (156.541) PSTN priključaka<sup>2</sup>. Geografska rasprostranjenost telefonskih priključaka je značajna prvenstveno iz razloga što je Crnogorski Telekom nasljednik nekadašnjeg Javnog preduzeća PTT saobraćaja koje je izgradilo sopstvenu pristupnu mrežu u periodu u kojem je imao ekskluzivna prava u oblasti telekomunikacija.

---

<sup>1</sup> ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604

<sup>2</sup> Broj PSTN priključaka iz upitnika na kraju relevantnog perioda

Ostali postojeći i potencijalni operatori na tržištu otežano grade sopstvenu pristupnu infrastrukturu zbog visokih i nenadoknadivih troškova kopanja i provlačenja telekomunikacione kanalizacije, što predstavlja visoka kapitalna ulaganja i zahtijeva dug period za povraćaj uložених sredstava, tako da repliciranje pristupne (mrežne) infrastrukture Crnogorskog Telekoma za pružanje javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji nije ekonomski opravdano.

Shodno prethodnom, Agencija zaključuje da postoje visoke prepreke za razvoj infrastrukturne konkurencije.

Pri tom, potrebno je istaći da Crnogorski Telekom ima ponude na veleprodajnom nivou koje omogućavaju operatorima da ostvare direktni ili indirektni pristup njegovoj mreži i na taj način ublaže visoke prepreke za razvoj infrastrukturne konkurencije.

#### **b) stepen vertikalne integracije**

U pogledu stepena vertikalne integracije, razmatraju se operatori koji su prisutni na više različitih, vertikalno povezanih, veleprodajnih i maloprodajnih tržišta, Ovi operatori, shodno Smjernicama Evropske komisije, imaju značajnu tržišnu snagu i, kao takvi, mogu vršiti istiskivanje konkurencije s potencijalno konkurentskog tržišta ili samo ometanje konkurencije pri ulasku na tržište.

Na tržištu javno dostupne telefonske usluge trenutno usluge krajnjim korisnicima nudi više operatora, od kojih je samo Crnogorski Telekom vertikalno integrisani operator na maloprodajnom tržištu javno dostupne telefonske usluge kao i povezanim veleprodajnim tržištima pristupa. Shodno navedenom, a imajući u vidu da Crnogorski Telekom raspolaže mrežnom infrastrukturom na cijelom području Crne Gore, vertikalna integracija i kontrola nad infrastrukturom pružaju mu ključnu prednost u odnosu na druge operatore na maloprodajnom tržištu iz čega se zaključuje da je kod Crnogorskog Telekoma zastupljen visoki stepen vertikalne integracije, koji dodatno jača tržišnu poziciju istog a slabi tržišnu poziciju ostalih operatora na tržištu.

Pri tom, potrebno je istaći da veleprodajne ponude Crnogorskog Telekoma omogućavaju operatorima da ostvare direktni ili indirektni pristup njegovoj mreži i na taj način ublaže visoke prepreke za razvoj infrastrukturne konkurencije.

#### **c) postojanje nenadoknadivih troškova**

U pogledu postojanja nenadoknadivih troškova (eng. sunk cost), odnosno troškova, koje operator mora da snosi kad želi da uđe na neko tržište, a koji će biti nepovratno izgubljeni ako se sa tog tržišta povuče ili bude prisiljen da to učini, razmatra se nivo rizika ulaska na tržište, tj. odnos nenadoknadivih troškova i pozicije operatora u odnosu na nove konkurente. S obzirom da se zbog nenadoknadivih troškova operatorima ne isplati da napuste tržište, veoma je važno da njegove cijene nakon ulaska na tržište obezbijede pokrivanje nenadoknadivih troškova.

Imajući u vidu činjenicu da Crnogorski Telekom ima status operatora sa značajnom tržišnom snagom na vertikalno integrisanim tržištima, isti ima obavezu da operatorima na tržištu ponudi različite veleprodajne usluge (usluga izbora operatora, usluga izdvojenog pristupa lokalnoj petlji, usluga Bitstream pristupa), kojima se ostvaruje direktan ili indirektan pristup mreži Crnogorskog

Telekoma, i koje operatorima omogućavaju da krajnjim korisnicima ponude javno dostupnu telefonsku uslugu. Usluge direktnog pristupa mreži, putem izgradnje sopstvene pristupne infrastrukture, zahtijevaju od operatora veća ulaganja i veće nenadoknadive troškove od usluga koje se pružaju putem izbora operatora. Nivo nenadoknadivih troškova je u direktnoj vezi sa visinom prepreka za razvoj infrastrukturne konkurencije.

Agencija smatra da su nenadoknadivi troškovi uspostavljanja direktnog pristupa mreži kroz uslugu izdvojenog pristupa lokalnoj petlji, koja operatorima omogućava pružanje seta usluga (javno dostupna telefonska usluga, usluga širokopojasnog pristupa Internetu, usluga IPTV-a) visoki toliko da je malo vjerovatno da će novi operatori izabrati ovu veleprodajnu uslugu kako bi privatnim korisnicima pružali isključivo javno dostupnu telefonsku uslugu. Veća je vjerovatnoća je da će operatori, koji krajnjim korisnicima žele ponuditi isključivo javno dostupnu telefonsku uslugu, odabrati indirektni pristup mreži putem veleprodajne usluge izbora operatora, koji iziskuje znatno niže nenadoknadive troškove.

Prethodno navedena tvrdnja je zasnovana na podacima iz upitnika. Naime, operatori koji su u relevantnom vremenskom periodu krajnjim korisnicima nudili isključivo javno dostupnu telefonsku uslugu koristili su uslugu izbora operatora, dok se usluga izdvojenog pristupa lokalnoj petlji, koja operatorima uz javno dostupnu telefonsku uslugu omogućava pružanje i ostalih maloprodajnih usluga (Internet, IPTV), nije koristila.

Naime, u relevantnom vremenskom periodu, samo Crnogorski Telekom je koristio uslugu izdvojene lokalne petlje kako bi krajnjim korisnicima nudio set usluga, a ne samo javno dostupnu telefonsku uslugu.

Na osnovu prikupljenih podataka putem Upitnika, može se zaključiti da u relevantnom periodu na predmetnom tržištu nije postojao operator koji je putem usluge izdvojenog pristupa lokalnoj petlji krajnjim korisnicima nudio isključivo javno dostupnu telefonsku uslugu. Crnogorski Telekom je u relevantnom periodu putem usluge izdvojenog pristupa lokalnoj petlji (selfsupply)<sup>3</sup> nudio javno dostupnu telefonsku uslugu, kao i set usluga (javno dostupna telefonska usluga, usluga širokopojasnog pristupa Internetu, usluga IPTV-a).

Iz navedenog se može zaključiti da su u Crnoj Gori u relevantnom periodu operatori, za isključivo pružanje javno dostupne telefonske usluge krajnjim korisnicima, koristili indirektnan pristup mreži, odnosno uslugu izbora operatora, koja iziskuje znatno niže nenadoknadive troškove, što dovodi do ublažavanja postojanja visokih prepreka za razvoj infrastrukturne konkurencije i ublažavanja visokog stepena vertikalne integracije koju ima Crnogorski Telekom.

Agencija smatra da je za procjenu visine nenadoknadivih troškova potrebno analizirati podatke sa tržišta. S obzirom da se javno dostupna telefonska usluga i dalje smatra glavnom uslugom koju novi operatori nude krajnjim korisnicima, novi operatori krajnjim korisnicima nude i uslugu širokopojasnog pristupa Internetu i uslugu IPTV-a.

---

<sup>3</sup> Shodno prethodno sprovedenoj analizi Tržišta pristupa infrastrukturi mreže na nivou veleprodaje (uključujući zajednički ili potpuno razvezani pristup na utvrđenoj lokaciji) za period 2006-2008, Agencija smatra da je usluga samosnabdijevanja kojom Crnogorski Telekom omogućava pružanje maloprodajne usluge širokopojasnog pristupa internetu putem ADSL-a, kao i usluge prenosa govora, uključena u to tržište.

Agencija, kao regulatorno tijelo, treba da omogući efikasnu tržišnu konkurenciju na tržištu javno dostupne telefonske usluge, kao glavne usluge koju novi operatori nude krajnjim korisnicima. S obzirom da je na tržištu javno dostupne telefonske usluge koji se pruža na fiksnoj lokaciji, tržišno učešće Crnogorskog Telekom izrazito visoko, po mišljenju Agencije, postoji velika opasnost da bi u odsustvu regulacije Crnogorski Telekom, zbog visokog tržišnog učešća, mogao snižavanjem cijena da stvori trajne prepreke za ulazak na tržište novim operatorima i istisne postojeće operatore s tržišta, čime bi odbranio i dodatno povećao svoje, ionako visoko, tržišno učešće.

Naime, u slučaju odsustva regulacije na Maloprodajnom tržištu javno dostupne usluge međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji Crnogorski Telekom bi, kao jedini vertikalno integrisani operator, odnosno jedini infrastrukturni operator na tržištu, bio u mogućnosti da smanji maloprodajne cijene u svojim tarifnim paketima i na taj način ugrozi ionako nedovoljno snažnu poziciju novih operatora na tržištu javno dostupne telefonske usluge. Crnogorski Telekom bi spuštanjem maloprodajnih cijena, bez obzira na postojanje veleprodajne ponude usluge izbora operatora, ulazak ili opstanak na tržištu učinio neisplativim, jer bi natjeralo nove operatore da snize maloprodajne cijene što bi prouzrokovalo pad njihove prodaje i prihoda, a time i nemogućnost pokrivanja nenadoknadivih troškova. Ovakvo stanje se smatra strukturnom preprekom ulaska na tržište.

Takode, Agencija naglašava kako je u ovom trenutku na tržištu zastupljena samo jedna veleprodajna usluga indirektnog pristupa, tj. usluga izbora operatora. Bitstream usluga se ne spominje u ovom kontekstu, jer, osim toga što nije bila zastupljena u relevantnom periodu na ovom relevantnom tržištu, putem iste nije moguće nuditi samo javno dostupnu telefonsku uslugu bez usluge širokopojasnog pristupa Internetu. Usluga izbora operatora nije bila dovoljna da omogući snažno tržišno učešće novih operatora. Imajući u vidu da usluga izbora operatora nije bila dovoljna za odgovarajući razvoj tržišta javno dostupne telefonske usluge, na maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji.

Agencija smatra da je neophodno praćenje daljeg razvoja navedenog nakon uvođenja dodatne usluge indirektnog pristupa koja će stimulisati dalji razvoj tržišne konkurencije i stvaranje uslova u kojima će novi operatori, kao i Crnogorski Telekom biti u mogućnosti da uvećaju svoje tržišno učešće i omoguće razvoj tržišne konkurencije.

Agencija, na osnovu ovog kriterijuma, smatra da postojanje samo usluge indirektnog pristupa sa niskim nenadoknadivim troškovima, nije bilo dovoljno da tržišna konkurencija zaživi i da bi Crnogorski Telekom bio u mogućnosti da ugrozi tržišno učešće novih operatora odnosno efikasnu tržišnu konkurenciju na tržištu javno dostupne telefonske usluge koji se pruža na fiksnoj lokaciji. Nadalje, Crnogorski Telekom bi, u slučaju deregulacije, bio u mogućnosti da spusti cijene na nivo na kojem novim operatorima koji ulaze na tržište više ne bi bilo isplativo poslovanje s obzirom da bi bili primorani da cijene spuste ispod nivoa koji im ne obezbjeđuje pokrivanje uložених sredstava.

U skladu sa prethodno navedenim, Agencija zaključuje da postojanje nenadoknadivih troškova predstavlja značajnu prepreku za ulazak ili opstanak operatora na Maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji

tako da i postojanje veleprodajnih ponuda ne uklanja visoke prepreke za razvoj infrastrukturne konkurencije i visoki stepen vertikalne integracije koji ima Crnogorski Telekom, već samo ublažava postojanje istih, ali ne u mjeri u kojoj u odsustvu regulacije ne bi bio ugrožen dalji razvoj efikasne tržišne konkurencije na tržištu javno dostupne telefonske usluge. Agencija svoj stav zasniva na činjenici da postoji samo jedna veleprodajna usluga indirektnog pristupa mreži (usluga izbora operatora, dok dodatna usluga indirektnog pristupa istoj odnosno usluga zakupa korisnicke linije u ovom trenutku ne postoji na tržištu).

#### **d) prepreke za prelazak krajnjih korisnika**

Prilikom procjene postojanja prepreka pri prelasku krajnjih korisnika sa usluga bivšeg monopoliste na usluge novih operatora na ovom relevantnom tržištu potrebno je utvrditi postoji li razlika između troškova za nove operatore koji pokušavaju da steknu nove korisnike i onih koji ima operator iz razdoblja monopola pri zadržavanju postojećih korisnika. Po mišljenju Agencije, poređenjem prethodno spomenutih troškova dolazi se do određene razlike u samom trošku na štetu novih operatora. Naime, Crnogorski Telekom, kao bivši monopolist, predstavlja vrlo snažno i prepoznatljivo tržišno ime (eng. brand) koje je poznato gotovo svim krajnjim korisnicima i koji u slučaju sličnih maloprodajnih cijena koje nude ostali operatori na tržištu nemaju potrebu da mijenjaju operatora. S druge strane, novi operatori nemaju toliko snažno i prepoznatljivo tržišno ime iz čega proizlazi da moraju uložiti dodatne napore kao i novčana sredstva kroz oglašavanje svog tržišnog imena i stvaranja slike kvalitetnog i pouzdanog operatora kako bi isti postao prepoznatljiv, a samim tim i zanimljiv krajnjim korisnicima. Uzevši u obzir da postoji određena razlika u trošku s jedne strane sticanja, a, s druge strane, zadržavanja krajnjih korisnika, navedeno predstavlja prepreku za ulazak na tržište.

#### **e) diferencijacija usluga**

U pogledu stepena diversifikacije, Agencija je u okviru kriterijuma koji se odnosi na postojanje nenadoknadivih troškova naveo kako novi operatori imaju mogućnost da od indirektnog pristupa mreži koriste samo jednu veleprodajnu uslugu odnosno uslugu izbora operatora. Navedena usluga novim operatorima omogućava pružanje isključivo javno dostupne telefonske usluge dok, s druge strane, Crnogorski Telekom, kao operator koji posjeduje sopstvenu mrežu nudi povezanu uslugu pristupa i javno dostupne telefonske usluge.

Novi operatori će biti u mogućnosti da ponude povezanu uslugu pristupa i javno dostupne telefonske usluge tek u slučaju uvođenja dodatnog indirektnog pristupa mreži putem usluge iznajmljivanja korisničke linije. U slučaju da se prethodno spomenuta usluga i uvede na tržište, potrebno je pričekati da prode određeni period kako bi se vidjeli stvarni efekti navedene usluge na tržištu odnosno krajnjim korisnicima će biti potreban određeni period da prepoznaju da i ostali operatori na tržištu, izuzev Crnogorskog Telekoma imaju mogućnost da nude povezanu uslugu pristupa i javno dostupne telefonske usluge.

Stepen diversifikacije usluga može se postići i uslugom izdvojenog pristupa lokalnoj petlji, međutim, s obzirom da spomenuta usluga, kao usluga direktnog pristupa, stvara velike nenadoknadle troškove, navedeno nije uzeto u obzir kao realna mogućnost.

#### f) ekonomija obima

U pogledu ekonomije obima, (eng. *economy of scope*) koja se odnosi na potencijalne prednosti operatora stečene zajedničkom ponudom različitih proizvoda i usluga, evidentno je da su infrastrukturni operatori horizontalno integrirani operatori i da su u mogućnosti da krajnjim korisnicima nude više usluga (javno dostupna telefonska usluga, usluga širokopojsnog pristupa Internetu, usluga IPTV-a). Time horizontalna integriranost omogućava operatorima korišćenje prednosti ekonomija obima.

U gore navedenim kriterijumima je spomenuto kako će operatori, koji ulaze na Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, zbog nižih nenadoknadivih troškova, vjerovatno izabrati indirektan pristup mreži kroz uslugu izbora operatora, a ne direktan pristup mreži kroz uslugu izdvojene lokalne petlje ili izgradnju sopstvene pristupne mreže. S obzirom da je usluga izbora operatora usluga koja omogućava lakši ulazak na tržište javno dostupne telefonske usluge i omogućava pružanje samo javno dostupne telefonske usluge, operatori, za razliku od bivšeg monopoliste koji je u mogućnosti da nudi više maloprodajnih usluga, neće biti u mogućnosti da koristi prednosti ekonomija obima.

#### g) ekonomije širine

U pogledu ekonomije širine (eng. *economy of scale*) koja se postiže snižavanjem jediničnih (prosječnih) troškova proizvodnje, zbog povećanja obima proizvodnje. Evidentno je da je Crnogorski Telekom u prethodnom periodu bio jedini operator koji je pružao pristup javno dostupnoj telefonskoj usluzi u fiksnoj mreži, kao i javno dostupnu telefonsku uslugu krajnjim korisnicima na području Crne Gore, što mu je obezbijedilo da, pružajući javno dostupnu telefonsku uslugu, koristi prednosti ekonomija širine. Iz navedenog se zaključuje da je jedinični trošak Crnogorskog Telekoma za pružanje navedene usluge znatno 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 indirektan pristup mreži zbog nižih nenadoknadivih troškova.

Naime, trošak usluge originacije poziva operatora koji koriste indirektan pristup mreži odnosno veleprodajnu uslugu izbora operatora je po minuti poziva uvijek isti, bez obzira koliko minuta poziva su korisnici tog operatora ostvarili. S obzirom da je Crnogorski Telekom infrastrukturni operator i posjeduje sopstvenu pristupnu mrežu, njegov ukupni trošak usluge po jedinici pružanja usluge je niži u odnosu na ostvareni broj minuta.

### 3.1.2. Pravne ili regulatorne prepreke za ulazak na tržište

Shodno preporuci Evropske komisije, pravne ili regulatorne prepreke ne zavise od ekonomskih uslova, već proizlaze iz pravnih, administrativnih ili ostalih sličnih mjera koje indirektno utiču na ulazak novih operatora na tržište. Na osnovu dokumenta evropske grupe regulatora (ERG)<sup>4</sup> glavne pravne ili regulatorne prepreke za ulazak na tržište odnose se na sljedeće:

---

<sup>4</sup> ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604. Evropska Grupa Regulatora promijenila je ime u BEREC (Body of European Regulators for Electronic Communications)

- potreba za administrativnom odlukom odnosno dozvolom kako bi se moglo zapoceti sa komercijalnim radom;
- ograničenja i uslovi povezani sa korišćenjem radiofrekvencijskog spektra;
- uticaj regulacije na nove operatore koji planiraju ulazak na tržište

U pogledu potrebe za administrativnom odlukom odnosno dozvolom za komercijalni rad, shodno članu 31 ZEK koji je stupio na snagu 2008. godine, operator može biti fizičko ili pravno lice koje raspolaže javnom komunikacionom mrežom ili sa njom povezanim mogućnostima, odnosno lice koje pruža javne komunikacione usluge i koje je registrovano za obavljanje telekomunikacione djelatnosti.

U pogledu korišćenja radiofrekvencijskog spektra na Maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji nema ograničenja i prepreka.

U pogledu uticaja regulacije na nove operatore koji planiraju ulazak na tržište ne postoje odredbe, u zakonskim ili podzakonskim aktima, koje bi onemogućile operatora koji je izgradio sopstvenu pristupnu mrežu da ostvari ulazak na tržište javno dostupne telefonske usluge i počne pružati komercijalne usluge. Isto važi i za operatore koji ulaze na tržište javno dostupne telefonske usluge koji ne posjeduju sopstvenu pristupnu mrežu, već koriste veleprodajne ponude koje je Crnogorski Telekom, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na vertikalno povezanim veleprodajnim tržištima, u obavezi da ponudi svim operatorima na tržištu. Takode, svaki operator će, nezavisno od tržišnog učešća i vremena u kojem je prisutan na tržištu, koristiti jednake, nediskriminatorne veleprodajne uslove koji su transparentno objavljeni.

Broj operatora na tržištu koji nude javno dostupnu telefonsku uslugu na fiksnoj lokaciji krajnjim korisnicima nije ograničen. Naime, svaki operator koji ima poslovni plan ima mogućnost ulaska na tržište. Trenutno, shodno ZEK operator može biti fizičko ili pravno lice koje raspolaže javnom komunikacionom mrežom ili sa njom povezanim mogućnostima, odnosno lice koje pruža javne komunikacione usluge i koje je registrovano za obavljanje telekomunikacione djelatnosti, pri čemu je prije početka, prestanka ili izmjene režima korišćenja javnih elektronskih komunikacionih mreža ili pružanja javnih elektronskih komunikacionih usluga potrebno Agenciji da podnese prijavu u pisanoj formi.

### **3.1.3. Zaključak o prvom kriterijumu**

Na osnovu prethodno izloženog Agencija zaključuje da na Maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica, koji se pružaju na fiksnoj lokaciji ne postoje pravne i regulatorne prepreke, dok strukturne prepreke postoje. U skladu s navedenim, *Agencija zaključuje da je prvi kriterijum zadovoljen.*

### 3.2 Drugi kriterijum: Struktura tržišta koja ne teži razvoju efikasne tržišne konkurencije u relevantnom vremenskom periodu

S obzirom da je prvi kriterijum statičkog karaktera, drugi kriterijum je pokazatelj kretanja tržišta ka efikasnoj tržišnoj konkurenciji u određenom vremenskom periodu, tako da se na osnovu prva dva kriterijuma može zaključiti da li je neophodna *ex-ante* regulacija na određenom tržištu.

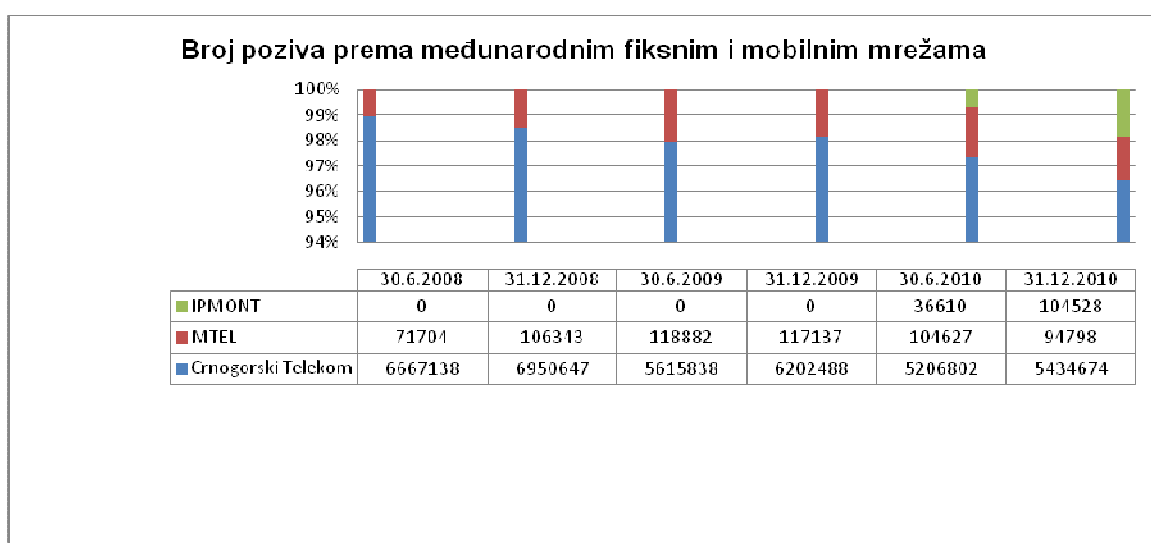
Evropska regulatorna grupa svojim dokumentom<sup>5</sup> upućuje da vremenski period u kome bi trebalo posmatrati kretanje ka efikasnoj tržišnoj konkurenciji trebalo da bude vremenski period određen za analizu relevantnog tržišta, što u predmetnom slučaju predstavlja vremenski period od 3 godine (od 2008-2010) na polugodišnjem nivou.

Pri razmatranju drugog kriterijuma, shodno prethodno navedenom ERG dokumentu potrebno je procijeniti sljedeće podkriterijume, koji ne moraju biti kumulativno zadovoljeni:

- tržišno učešće operatora;
- cjenovna kretanja;
- nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije;
- stepen diversifikacije proizvoda;
- potencijalna konkurencija;
- prepreke sticanja tržišnog učešća.

#### a) tržišno učešće

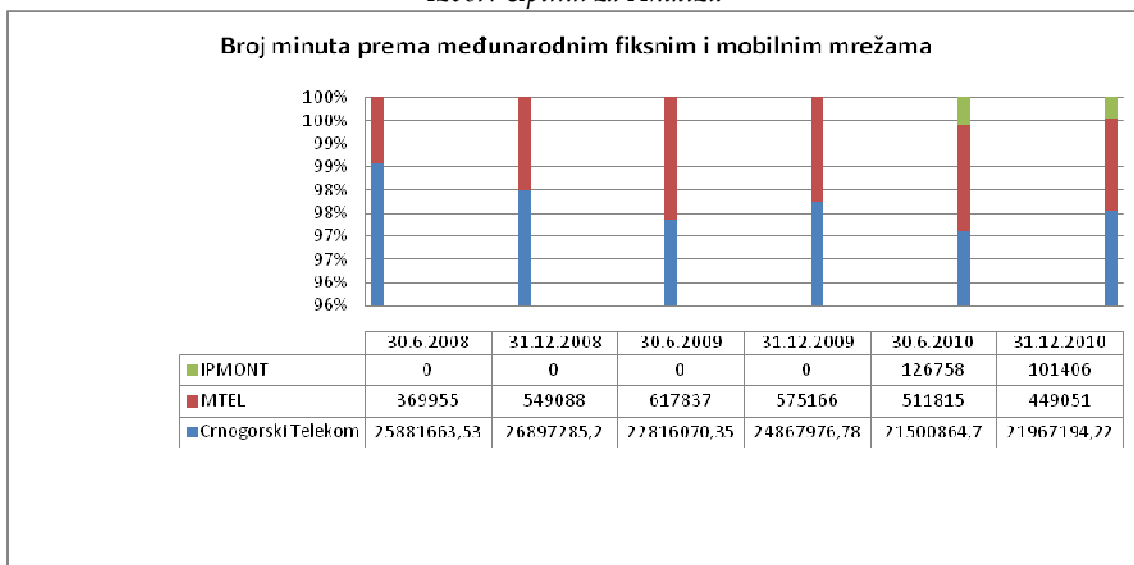
Imajući u vidu da tržišno učešće predstavlja glavni pokazatelj nivoa efikasnosti tržišne konkurencije, upitnicima je predviđeno dostavljanje podataka o broju korisnika i broju minuta za period od 2008 do 2010. godine. Analizom dostavljenih podataka, shodno dijagramu 2 i dijagramu 3, evidentno je da bi Crnogorski Telekom u odsustvu *ex-ante* regulacije mogao ugroziti status ostalih operatora na predmetnom tržištu, što bi se odrazilo na dalji razvoj tržišne konkurencije.



Dijagram 2. Broj poziva prema međunarodnim fiksnim i mobilnim mrežama

<sup>5</sup> ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604

Izvor: Upinik za Analizu



Dijagram 3. Broj minuta prema međunarodnim fiksnim i mobilnim mrežama

Izvor: Upinik za Analizu

Takođe, evidentno je da ostali operatori imaju neznatno tržišno učešće na predmetnom tržištu, pa je izvjesno da u odsustvu regulacije ovo tržište neće težiti efikasnoj tržišnoj konkurenciji. Imajući u vidu da je na spomenutom tržištu tržišno učešće Crnogorskog Telekom izrazito visoko, Agencija smatra da postoji opasnost da, u odsustvu regulacije, Crnogorski Telekom ugrozi poziciju novih operatora na tržištu javno dostupne telefonske usluge, što bi uslovalo ugrožavanje pozicije novih operatora i na ostalim maloprodajnim tržištima na kojima je tržišno učešće tih operatora niže nego na tržištu javno dostupne telefonske usluge.

#### b) cjenovna kretanja

U pogledu cjenovnih kretanja, Crnogorski Telekom je, shodno ZEK-u, operator sa značajnom tržišnom snagom na tržištima za fiksne govorne telefonske mreže i usluge, što ga obavezuje da prije uvođenja novog tarifnog paketa ili opcije, koja uključuje javno dostupnu telefonsku uslugu, pribavi saglasnost Savjeta Agencije. Takođe, Crnogorski Telekom koristeći mogućnosti iz ZEK, na tržište uvodi određene promotivne akcije kojima se otežava djelovanje ostalih operatora na tržištu.

Ovaj kriterijum je potrebno je posmatrati u odnosu sa tržišnim učešćem operatora. Crnogorski Telekom ima mogućnost promotivnih akcija s posebnim pogodnostima (npr. cijene niže od cijena utvrđenih cjenovnikom) bez prethodne saglasnosti Agencije, što utiče da Crnogorski Telekom, i u uslovima regulacije, i dalje ima značajno tržišno učešće na tržištu javno dostupne telefonske usluge u međunarodnom saobraćaju, koja se pruža na fiksnoj lokaciji za korisnike.

Shodno navedenom, Agencija zaključuje da Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji u odsustvu regulacije ne bi težilo efikasnoj konkurenciji, bez regulacije. Naime, Crnogorski Telekom bi u odsustvu regulacije, mogao s nižim cijenama u tarifnim paketima i opcijama, ugroziti postojeće stanje ostalih operatora na tržištu, a time i dalji razvoj efikasne tržišne konkurencije.

### **c) Nadzor infrastrukture, kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije**

Nadzor infrastrukture, kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije, se u okviru drugog kriterijuma posmatra dinamički, odnosno sa aspekta kretanja relevantnog tržišta ka efikasnoj tržišnoj konkurenciji. S obzirom da je prvim kriterijumom zaključeno kako je navedena prepreka ublažena postojanjem veleprodajnih ponuda, a imajući u vidu da je Crnogorski Telekom jedini infrastrukturni operator na tržištu, Agencija smatra da postojeća veleprodajna ponuda indirektnog pristupa nije dovoljna da bi tržište, u odsustvu regulacije, težilo efikasnoj tržišnoj konkurenciji. Tržišno učešće Crnogorskog Telekoma potvrđuje navedeno, u skladu sa podacima iz upitnika.

Shodno navedenom, Agencija smatra da Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji u odsustvu regulacije, neće ni u slučaju uvođenja dodatne veleprodajne usluge indirektnog pristupa odnosno usluge zakupa korisnicke linije, odmah težiti efikasnoj tržišnoj konkurenciji iz razloga što je, za svaku novu uslugu koja se uvodi na tržište, potrebno da prođe određeno vrijeme kako bi efekti nove usluge na tržištu bili očigledni.

#### **3.2.1. Zaključak o drugom kriterijumu**

Na osnovu prethodno navedenog, Agencija zaključuje da se Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, u odsustvu regulacije, ne bi kretalo ka efikasnoj tržišnoj konkurenciji. U skladu s navedenim, *Agencija zaključuje da je drugi kriterijum zadovoljen.*

### **3.3 Treći kriterijum: primjena relevantnih propisa o zaštiti konkurencije sama po sebi ne omogućava na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu**

Na osnovu dokumenta Evropske asocijacije regulatora o testu tri kriterijuma, regulatorna tijela treba da procijene da je li primjena propisa o zaštiti konkurencije dovoljna da ukloni nedostatke koji postoje ili koji se mogu javiti na tržištu elektronskih komunikacija. Navedena procjena mogla bi uključivati slijedeće:

#### **3.3.1. Step en opšteg nekonkurentnog ponašanja**

Propisi o zaštiti konkurencije mogli bi se smatrati dovoljnim za otklanjanje nedostataka na tržištu u slučaju da ne postoji velika i učestala potreba za djelovanjem Uprave za zaštitu konkurencije. S druge strane, ako nedostaci koji postoje ili se mogu javiti na tržištu zahtijevaju učestalu potrebu za intervencijom od strane Uprave za zaštitu konkurencije, poput zabrane svakog daljnijeg postupanja operatora kojem je utvrđena zloupotreba statusa značajne tržišne snage na relevantnom tržištu,

određivanja mjera, uslova i rokova za otklanjanje štetnih efekata, moglo bi se smatrati da propisi o zaštiti konkurencije nijesu dovoljni za otklanjanje nedostataka koji postoje na tržištu.

### **3.3.2. Stepen kompleksnosti otklanjanja nekonkurentnog ponašanja**

Određivanje stepena nekonkurentnog ponašanja od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom je zbog svoje složenosti djelotvornije ukoliko se situacija na tržištu kontinuirano prati. Instrumentima *ex ante* regulacije može se blagovremeno otkriti i spriječiti pokušaj prenošenja značajne tržišne snage sa jednog na drugo relevantno tržište od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom i na taj način izbjeći negativne posledice, što je otežano *ex post* regulacijom.

Upravi za zaštitu konkurencije svojevrsan problem može predstavljati kompleksnost određivanja stepena nekonkurentskog ponašanja od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom, iz razloga što ne raspolaže svim informacijama o poslovanju operatora koje su neophodne za utvrđivanje stvarnog stanja i situacije na tržištu. U navedenom slučaju, *ex ante* regulacija bi bila mnogo efikasnija za tržište, nego da se nekonkurentsko ponašanje pokušava otkloniti *ex-post* regulacijom.

### **3.3.3. Nekonkurentsko ponašanje može dovesti do nepopravljive štete na relevantnom tržištu**

Na tržištu se mogu dogoditi situacije u kojima je pravovremena intervencija neophodna kako bi se spriječile ozbiljne ili nepopravljive štete koje mogu biti nanešene konkurenciji od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom. U navedenim slučajevima odnosno u situacijama u kojima je nužna brza intervencija od strane regulatorne institucije, propisi o zaštiti konkurencije, odnosno *ex-post* regulacija, ne bi bili dovoljni, već je u navedenim slučajevima potrebna *ex ante* regulacija.

Primjena mjera *ex ante* regulacije doprinosi razvoju konkurencije na tržištu kroz podsticanje efikasnosti ulaganja kod infrastrukture čiji obim nije lako udvostručiti.

### **3.3.4. Potreba za regulatornom intervencijom kako bi se dugoročno osigurao razvoj efikasne konkurencije na tržištu**

U nekim slučajevima primjena propisa o zaštiti konkurencije, odnosno *ex-post* regulacija može stvoriti određene probleme u podsticanju razvoja efikasne tržišne konkurencije u budućem razdoblju. Konkretno, u slučajevima u kojima je moguće udvostučiti infrastrukturu, odnosno u slučajevima u kojima je potrebno promovisati razvoj infrastrukturne konkurencije, primjena *ex ante* regulacije mogla bi se dugoročno smatrati efikasnijom od primjene samo *ex post* regulacije, odnosno od primjene propisa iz oblasti zaštite konkurencije. Naime, promovisanje razvoja infrastrukturne konkurencije zahtjeva unaprijed definisanje svih ključnih uslova, što propisima o zaštiti konkurencije nije moguće. Nadalje, kod trećeg kriterijuma nije bitno uzeti u obzir samo činjenicu o tome jesu li propisi o zaštiti konkurencije dovoljni da se *ex post* regulacijom riješi potencijalni problem koji se javio na tržištu, već je potrebno u obzir uzeti i činjenicu u kojem razdoblju, u slučaju da se pojavi određeni problem, propisi o zaštiti konkurencije mogu isti riješiti. Agencija smatra da bi propisi o zaštiti konkurencije bili dovoljni da *ex post* regulacijom riješe

potencijalni problem koji se dogodio na tržištu, međutim, smatra da isti u ovom trenutku nisu u mogućnosti dovoljno brzo riješiti potencijalni problem, gdje je pravovremena intervencija neophodna. Dakle, naknadno sankcionisanje zloupotreba statusa značajne tržišne snage shodno Zakonu o zaštiti konkurencije moglo bi se pokazati kao neblagovremeno za zadržavanje postojećeg stepena liberalizacije i uslova tržišne konkurencije. Izmjenama i dopunama Zakona o zaštiti konkurencije od 04.04.2011 godine predviđeno je da Uprava za zaštitu konkurencije preduzima mjere prema učesnicima i udruženjima učesnika za učinjene povrede konkurencije ili radi njihovog sprječavanja, prestanka već nastale povrede i otklanjanja štetnih posljedica po učesnike i potrošače.

Naime, u članu 21 Zakona o zaštiti konkurencije (Sl.list Crne Gore, br. 069/05-11. 037/07-10 ) propisano je da, ako nadležni organ preko ovlašćenog lica, utvrdi da je zloupotrijebljen dominantan položaj rješenjem utvrđuje povredu i može odrediti mjere koje su učesnici na tržištu dužni da preduzmu radi uspostavljanja konkurencije na relevantnom tržištu i otklanjanja štetnih posljedica zloupotrebe dominantnog položaja, kao i rokove za njihovo izvršenje.

Nadalje, Zakon o zaštiti konkurencije u članovima 34 ,35 i 38 jasno propisuje sve faze postupka koje treba sprovesti da bi se moglo donijeti konačno rješenje. Iz prethodno opisanog postupka jasno je da propisi o zaštiti konkurencije ne omogućavaju brzo rješavanje problema na relevantnom maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji.

### **3.3.5. Zaključak o trećem kriterijumu**

Na osnovu svih činjenica iznesenih u trećem kriterijumu, Agencija zaključuje da za maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, propisi o zaštiti konkurencije odnosno ex post regulacija ne omogućavaju na odgovarajući način otklanjanje nedostataka na tržištu. U skladu s navedenim, *Agencija zaključuje da je treći kriterijum zadovoljen.*

### **3.4 Zaključak Agencije da je relevantno tržište podložno ex ante regulaciji**

Prema mišljenju Agencije, a kako je i dokazano u poglavljima 5.1., 5.2. i 5.3. ovog dokumenta, relevantno maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji je podložno *ex ante* regulaciji i to iz razloga što su kumulativno zadovoljena sva tri kriterijuma iz tačke 3 Odluke o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma.

U skladu s navedenim, odnosno činjenicom da je Agencija utvrdila da tržište koje nije više sastavni dio Revidirane Preporuke podložno *ex ante* regulaciji, nastaviće se postupak analize tržišta koji uključuje procjenu prisustva operatora sa značajnom tržišnom snagom, utvrđivanje svih postojećih i potencijalnih prepreka razvoju efikasne konkurencije, kao i određivanja proporcionalnih i adekvatnih regulatornih obaveza operatorima za koje se utvrdi da imaju status operatora sa značajnom tržišnom snagom.

## 4. ANALIZA RELEVANTNOG TRŽIŠTA

Smatra se da jedan operator ima značajnu tržišnu snagu ako samostalno ili zajedno sa ostalim operatorima na određenom relevantnom tržištu ima ekonomski uticaj koji mu omogućava značajan stepen nezavisnosti u odnosu na njegove konkurente i korisnike .

U cilju procjene značajne tržišne snage operatora, Agencija će izračunati tržišno učešće na određenom relevantnom tržištu i tumačiti ga u skladu sa Smjernicama Evropske komisije o relevantnim tržištima.

Agencija će, u skladu sa prikupljenim podacima i usvojenom Metodologijom za sprovođenje postupka analize relevantnog tržišta, procijeniti postoji li na konkretnom tržištu operator sa značajnom tržišnom snagom koja mu omogućuje da se ponaša nezavisno od konkurencije, korisnika usluga i potrošača.

Pri procjenjivanju da li operator ima značajnu tržišnu snagu, Agencija će razmatrati određene kriterijume u skladu sa ZEK i Metodologijom za sprovođenje postupka analize relevantnog tržišta.

Agencija ocjenjuje da je za analizu ovog relevantnog tržišta dovoljno razmatrati pojedine kriterijume, i da razmatranje preostalih kriterijuma ne bi imala značaja i ne bi mogla dati drugi rezultat o statusu značajne tržišne snage na predmetnom relevantnom tržištu.

### **4.1. Tržišno učešće operatora na relevantnom tržištu**

Tržišno učešće operatora u ukupnoj proizvodnji i/ili prodaji nekog proizvoda i/ili usluge na relevantnom tržištu u određenom vremenskom razdoblju je glavni pokazatelj relativne veličine nekog operatora, odnosno pružaoca usluge na relevantnom tržištu.

Iako, shodno Smjernicama Evropske komisije, visoki procenat tržišnog učešća nije sam po sebi dovoljan pokazatelj za utvrđivanje postojanje značajne tržišne snage na nekom relevantnom tržištu, tržišno učešće se najčešće koristi kao indikator tržišne snage. Prema tome, operator čije tržišno učešće ne premašuje 25% vjerovatno neće imati značajnu tržišnu snagu na relevantnom tržištu i u skladu s tim, operator čije tržišno učešće premašuje 50% je sam po sebi, osim u izuzetnim okolnostima, dovoljan dokaz postojanja značajne tržišne snage.

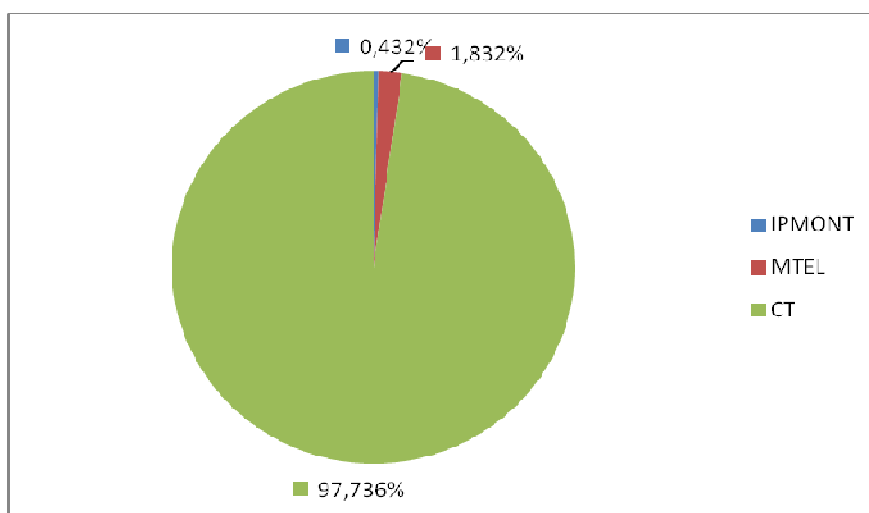
Takođe, možemo smatrati da operator na određenom tržištu ima značajno tržišno učešće ukoliko je to stanje stabilno u relevantnom vremenskom periodu. Promjenjivo tržišno učešće ukazuje na promjenu tržišne snage na relevantnom tržištu, a promjene u tržišnim učešćima ogledaju se u promjenama koje su vidljive kroz promjene u prihodu ili broju usluga koje operator nudi na tom tržištu.

U postupku definisanja Maloprodajnog tržišta javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji Agencija je zaključila da je cjelishodno tretirati više kategorija usluga i to:

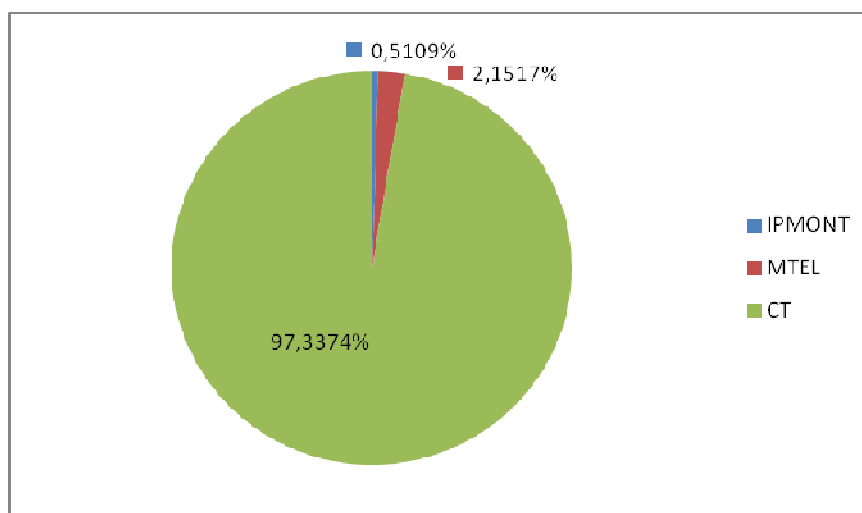
- pozive prema geografskim brojevima (prema međunarodnim fiksnim mrežama);
- pozive prema brojevima u međunarodnim mobilnim elektronskim komunikacionim mrežama,

nezavisno od toga da li se radi o standardnoj javno dostupnoj telefonskoj usluzi, pozivima putem usluge izbora operatora ili upravljanim VoIP pozivima (kod kojih se prenos govora pruža putem internet protokola i koji u potpunosti prolazi kroz mrežu operatora, a pritom omogućava poseban virtuelni kanal za govor).

U skladu s utvrđenom dimenzijom usluga i geografskom dimenzijom relevantnog Maloprodajnog tržišta javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, podaci prikupljeni upitnicima ukazuju na izraženo visoko tržišno učešće po osnovu broja korisnika ili prema ukupnom broju ostvarenih minuta, odnosno, ukupnom trajanju poziva u međunarodnom saobraćaju na fiksnoj lokaciji.



Dijagram 4. Učešće operatora u ukupnom broju poziva prema međunarodnim fiksnim i mobilnim mrežama na kraju relevantnog vremenskog perioda (Izvor: Upinik za Analizu)



Dijagram 5. Učešće operatora u ukupnom broju minuta prema međunarodnim fiksnim i mobilnim mrežama na kraju relevantnog vremenskog perioda (Izvor: Upinik za Analizu)

Na kraju relevantnog vremenskog perioda (31.12.2010) Crnogorski Telekom je imao 97,736 % učešće u ukupnom broju ostvarenih poziva prema međunarodnim fiksnim i mobilnim mrežama, što je prikazano na Dijagramu 5.

Takođe, učešće Crnogorskog Telekoma u ukupnom broju minuta prema međunarodnim fiksnim i mobilnim mrežama na kraju relevantnog vremenskog perioda je 97,337%.

S obzirom na prethodno utvrđeno tržišno učešće operatora na ovom relevantnom tržištu, kako po broju poziva, tako i broju minuta ostvarenih prema međunarodnim fiksnim i mobilnim mrežama na kraju relevantnog vremenskog perioda, Agencija ocjenjuje da trendovi prikazani na Dijagramima 2. i 3. ukazuju na činjenicu da tržište postepeno postaje konkurentnije, međutim, isti nedvosmisleno ukazuju na značajnu tržišnu snagu Crnogorskog Telekoma.

S obzirom na sudsku praksu, u kojoj je tržišno učešće operatora koje je više od 50% dovoljan dokaz postojanja značajne tržišne snage položaja, Agencija smatra da će se trend blagog smanjivanja tržišnog učešća Crnogorski Telekom nastaviti i u idućem trogodišnjem razdoblju, pri čemu nije realno očekivati da će isti pasti ispod 50%.

Uzimajući u obzir stav Evropske komisije prema kojem visoko tržišno učešće nije samo po sebi dovoljan pokazatelj postojanja značajne tržišne snage na određenom tržištu, Agencija će u nastavku, za iste potrebe, primijeniti i druge kriterijume u skladu sa ZEK i Metodologijom za sprovođenje postupka analize relevantnog tržišta.

#### **4.2. Kontrola infrastrukture, čiji se obim ne može lako udvostručiti**

Crnogorski Telekom je bivši monopolist i vlasnik elektronske komunikacione mreže sa 156.541 aktivnih telefonskih priključaka i značajnom geografskom dostupnošću. Za ostale operatore, koji postoje na tržištu ili planiraju ući na tržište, gradnja sopstvene pristupne infrastrukture je otežana zbog visokih i nenadoknadivih troškova koji se odnose na kopanje i povlačenje distributivne telekomunikacione kanalizacije. Gradnja i stavljanje u upotrebu sopstvene pristupne infrastrukture iziskuje visoka kapitalna ulaganja i detaljno razradene poslovne planove i razumno vrijeme povraćaja uložениh sredstava. U skladu s navedenim može se zaključiti da ulazak na tržište zahtijeva od novih operatora značajna ulaganja, koja operatori neće moći nadoknaditi u slučaju tržišnog neuspjeha i izlaska s tržišta. Stoga, uzimajući u obzir geografsku rasprostranjenost pristupne mrežne infrastrukture Crnogorskog Telekoma, kao i činjenicu da je ista građena tokom dugog razdoblja u ambijentu uživanja ekskluzivnih prava i statusa državnog javnog preduzeća, repliciranje pristupne mrežne infrastrukture Crnogorskog Telekoma za pružanje javno dostupne telefonske usluge je gotovo neizvodljivo.

Takođe, ulaganje u mreže nove generacije, odnosno povlačenje optičkih kablova unutar postojeće pristupne infrastrukture, čini mali dio ukupnih troškova gradnje pristupne infrastrukture, s obzirom da troškovi kopanja čine oko 50-80% ukupnih troškova izgradnje pristupne infrastrukture. Shodno navedenom, Agencija smatra da bi ulaganjima u pristupnu optičku mrežu Crnogorski Telekom mogao jačati svoju tržišnu poziciju, s obzirom da u većini slučajeva već ima izgrađenu pristupnu infrastrukturu unutar koje će provuci pristupnu mrežu na bazi optičkog kabla, što mu daje prednost nad novim operatorima.

Regulacijom veleprodajnih tržišta pristupa, odnosno tržišta započinjanja (originacije) poziva iz javnih komunikacionih mreža koje se pružaju na fiksnoj lokaciji, Agencija je omogućila novim operatorima uspostavljanje direktnog ili indirektnog pristupa mreži Crnogorskog Telekom, čime je novim operatorima olakšan pristup krajnjem korisniku. Međutim, navedenim nije uklonjena, već je samo ublažena pozicija Crnogorskog Telekom u odnosu na ostale operatore, koja proizlazi i iz vlasništva nad mrežnom infrastrukturom.

Shodno navedenom, Agencija smatra da u narednom periodu, nijedan operator neće biti u mogućnosti da replicira mrežnu infrastrukturu Crnogorskog Telekom i na taj način ugrozi njegovu tržišnu poziciju.

#### **4.3. Stepen vertikalne integracije**

Vertikalna integracija predstavlja operatora koji je prisutan na više različitih, vertikalno povezanih, veleprodajnih i maloprodajnih tržišta. Vertikalna integracija se, shodno Smjernicama Evropske komisije, tretira kao zauzimanje tržišne snage. Takvo zauzimanje tržišne snage je pokušaj istiskivanja konkurencije s potencijalno konkurentskog tržišta ili samo ometanje konkurencije pri ulasku na tržište.

Na maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji trenutno usluge krajnjim korisnicima nudi tri operatora. Od svih operatora samo je Crnogorski Telekom vertikalno integrisani operator, odnosno operator koji djeluje na maloprodajnom tržištu javno dostupne telefonske usluge koja se pruža na fiksnoj lokaciji i povezanim veleprodajnim tržištima pristupa, odnosno na tržištu započinjanja (originacije) poziva iz javnih komunikacionih mreža koje se pruža na fiksnoj lokaciji.

Shodno navedenom, a uzimajući u obzir da Crnogorski Telekom ima u vlasništvu i raspolaže mrežnom infrastrukturom na cijelom području Crne Gore, vertikalna integracija i kontrola nad infrastrukturom omogućavaju mu ključnu prednost u odnosu na druge operatore na maloprodajnom tržištu, iz čega se zaključuje da Crnogorski Telekom ima visok stepen vertikalne integracije, koja dodatno jača tržišnu poziciju istog i posljedično slabi tržišnu poziciju ostalih operatora na tržištu.

Takođe, regulacija odgovarajućih veleprodajnih tržišta, odnosno, veleprodajne ponude putem kojih operatori mogu ostvariti direktni ili indirektni pristup mreži bivšeg monopolista, samo ublažavaju postojanje visokog stepena vertikalne integracije Crnogorskog Telekom. Agencija očekuje da će navedena usluga zakupa korisničke linije doprinijeti daljem razvoju konkurencije na maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, međutim prve opipljive rezultate uvođenja iste očekuje se tek nakon perioda na koje se odnosi ova analiza.

Shodno navedenom, Agencija smatra da, i pored postojanja navedenih veleprodajnih ponuda, postojeći visok stepen vertikalne integracije Crnogorskog Telekom dodatno jača njegovu tržišnu poziciju.

#### **4.4. Ekonomija obima**

Ekonomija obima (eng. *economy of scale*) nastaje smanjivanjem jediničnih (prosječnih) troškova proizvodnje, zbog povećanja obima proizvodnje.

Crnogorski Telekom je dugo godina bio jedini operator, koji je pružao pristup javno dostupnoj telefonskoj usluzi u fiksnoj mreži, a samim tim i javno dostupnu telefonsku uslugu na teritoriji Crne Gore. Shodno navedenom, Crnogorski Telekom uživa prednosti ekonomije obima, pružajući javno dostupnu telefonsku uslugu. Iz navedenog slijedi da je jedinični trošak Crnogorskog Telekoma za pružanje navedene usluge puno niži od troška koji bi za istu uslugu imao operator koji tek ulazi na tržište ili operator koji za pružanje samo javno dostupne telefonske usluge koristi uslugu predizbora operatora (indirektan pristup mreži). Navedeno proizilazi iz troškova ulaska na tržište novih operatora, odnosno troškova ostvarivanja pristupa krajnjem korisniku u cilju pružanja javno dostupne telefonske usluge.

Naime, trošak usluge zapocinjavanja (originacije) poziva operatora koji koriste indirektan pristup mreži odnosno veleprodajnu uslugu predizbora operatora, je po minuti poziva uvijek isti, bez obzira koliko minuta poziva su korisnici tog operatora generisali. Za razliku od ostalih operatora, u slučaju Crnogorskog Telekoma, ukupni trošak usluge po jedinici pružanja usluge pada u odnosu na ostvareni broj minuta s obzirom da je Crnogorski Telekom infrastrukturni operator odnosno posjeduje sopstvenu pristupnu mrežu. Osim toga, tržišno učešće Crnogorskog Telekoma ukazuje na izuzetno veliki broj minuta ostvarenih na maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji u odnosu na ostale operatore iz čega proizilazi da Crnogorski Telekom u potpunosti može koristiti ekonomiju obima.

#### **4.5. Ekonomija širine**

Ekonomija širine (eng. *economy of scope*) se odnosi na potencijalne prednosti operatora koje proizilaze iz mogućnosti zajedničke ponude različitih proizvoda i usluga. Infrastrukturni operatori su horizontalno integrisani operatori odnosno operatori koji krajnjim korisnicima nude čitavu lepezu usluga (javno dostupna telefonska usluga, usluga širokopojasnog pristupa Internetu, usluga IPTV-a). Horizontalna integrisanost omogućava operatorima korišćenje prednosti ekonomije širine.

Operatori koji ulaze na tržište javno dostupne telefonske usluge, najvjerovatnije će u početku izabrati indirektan pristup mreži kroz uslugu predizbora operatora, a ne direktan pristup mreži kroz uslugu izdvojene lokalne petlje ili gradnju sopstvene pristupne mreže zbog nižih nenadoknadivih troškova. Usluga predizbora operatora omogućava lakši ulazak na tržište javno dostupne telefonske usluge ali omogućava pružanje samo javno dostupne telefonske usluge, pa operatori neće biti u mogućnosti da koriste prednosti ekonomije širine, jer korišćenjem indirektnog pristupa mreži ne mogu koristiti prednosti ekonomija širine kao bivši monopolist koji je u mogućnosti da nudi čitavu lepezu maloprodajnih usluga. Osim toga, ponuda svih usluga koje trenutno nudi i bivši monopolist bi zahtijevala izuzetno visoka ulaganja od strane novih operatora koje oni u inicijalnoj fazi ne mogu realizovati.

#### **4.6. Stepen diferencijacije usluga**

S obzirom da veleprodajna ponuda usluge indirektnog pristupa korisnicima – usluga predizbora operatora operatorima omogućava da uz niže nenadoknadive troškove ponude krajnjim korisnicima isključivo javno dostupnu telefonsku uslugu, ali im ne omogućava da korisnicima ponude cijelu lepezu usluga (širokopojasni pristup Internetu, IPTV), Crnogorski Telekom kao operator koji posjeduje sopstvenu mrežu trenutno korisnicima nudi povezanu uslugu pristupa i javno dostupne telefonske usluge.

Novi operatori navedeno su u mogućnosti da nude tek od početka 2011. godine, od kada su u mogućnosti da koriste dodatnu uslugu indirektnog pristupa mreži putem usluge zakupa korisnicke linije. Međutim, stvarni efekti navedene usluge na tržištu će biti vidljivi nakon relevantnog perioda na koje se odnosi ova analiza, jer će krajnjim korisnicima biti potrebno izvjesno vrijeme da prepoznaju da i ostali operatori na tržištu osim Crnogorskog Telekoma imaju mogućnost da nude povezanu uslugu pristupa i javno dostupne telefonske usluge.

Iako postoji veleprodajna usluga izdvojenog pristupa lokalnoj petlji koja bi omogućila novim operatorima da ponude krajnjim korisnicima cijelu lepezu usluga, odnosno viši stepen diferencijacije usluga, korištenje navedene usluge zahtijeva značajne investicije od strane novih operatora, pa Agencija istu nije razmatrala kao realnu mogućnost.

Shodno navedenom, a imajući u vidu prateće (nenadoknadive) troškove, izuzetno visok stepen diferencijacije proizvoda Crnogorskog Telekoma drugi operatori teško mogu nadmašiti, zbog čega prema mišljenju Agencije isto predstavlja značajnu prednost Crnogorskog Telekoma u odnosu na nove operatore.

#### **4.7. Zaključak o procjeni postojanja operatora sa značajnom tržišnom snagom**

Na osnovu svega prethodno navedenog, *Agencija procjenjuje da je Crnogorski Telekom operator sa značajnom tržišnom snagom.*

Na osnovu sprovedene analize, Agencija je utvrdila da na relevantnom maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji ne postoji efikasna tržišna konkurencija, i da Crnogorski Telekom ima značajnu tržišnu snagu na tom relevantnom tržištu, odnosno da ima položaj koji mu omogućava da se u značajnoj mjeri ponaša nezavisno od konkurencije, od korisnika usluga i od potrošača.

Agencija je postojanje značajne tržišne snage Crnogorskog Telekoma utvrdila na osnovu njegovog izuzetno visokog tržišnog učešća koji je u relevantnom periodu relativno stabilan i na kraju 2010. godine, kako prema broju ostvarenih poziva, tako i prema ostvarenom broju minuta, preko 97%.

Takođe, Agencija je navedeni zaključak potkrijepila i ostalim kriterijmima: kontrola infrastrukture, čiji se obim ne može lako udvostručiti, stepen vertikalne integracije, ekonomija obima, ekonomija širine i stepen diferencijacije usluga. Agencija smatra da analiza preostalih zakonskih kriterijuma u procjenjivanju da li operator ima značajnu tržišnu snagu na relevantnom tržištu nema značaj i ne bi mogla dati drugi rezultat o statusu značajne tržišne snage.

## 5. PREPREKE U RAZVOJU TRŽIŠNE KONKURENCIJE

Agencija je sagledala sve potencijalne prepreke razvoju tržišne konkurencije, koje bi, u odsustvu ex-ante regulacije, mogle negativno uticati na interese krajnjeg korisnika. Time je omogućeno određivanje regulatornih obaveza koje će, u skladu sa članom 43 stav 2, najefikasnije ukloniti uočene prepreke i zaštititi interese krajnjih korisnika.

Agencija smatra preprekom razvoju tržišne konkurencije svako ponašanje operatora sa značajnom tržišnom snagom koje je usmjereno na izbacivanje postojećih konkurenata s tržišta, sprečavanje ulaska na tržište novim konkurentima ili svako postupanje suprotno interesima krajnjih korisnika, shodno Dokumentu ERG-a u vezi zajedničkog stava o primjeni odgovarajućih regulatornih obaveza<sup>6</sup>.

S obzirom da postupak određivanja regulatornih obaveza, definisan novim regulatornim okvirom Evropske Unije i Zakonom o elektronskim komunikacijama, ne podrazumijeva da se zloupotreba statusa značajne tržišne snage stvarno desila, to će Agencija svaku prepreku smatrati za moguću pod određenim okolnostima. Takođe, Agencija smatra da određivanje regulatornih obaveza treba da imaju preventivno dejstvo i da, iako u skladu sa evropskom praksom, treba da su primjerene nacionalnim specifičnostima.

Shodno dokumentu ERG (06) 33, regulatorna praksa prepoznaje 27 uobičajenih prepreka razvoju tržišne konkurencije, zasnovanih na iskustvima regulatornih tijela, pri čemu regulatorna tijela imaju slobodu da prepoznaju moguće prepreke specifične za određenu državu koje su van tog okvira. Ovih 27 uobičajenih prepreka imaju svoju tržišnu i uzročno posledičnu dimenziju, a ogledaju se kroz:

1. Prenošenje značajne tržišne snage operatora sa značajnom tržišnom snagom sa tržišta na kojem ima značajnu tržišnu snagu na susjedno vertikalno ili horizontalno tržište;
2. Različita postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom, koja isti koriste kao sredstvo za zadržavanje statusa značajne tržišne snage (jačanje prepreka ulasku na određeno tržište);
3. Postupanja koja se mogu svesti pod pojam "tipičnog monopolskog ponašanja" (textbook monopoly behaviour).

Prepoznavanje mogućih prepreka razvoju tržišne konkurencije je bitno zbog mogućnosti preventivnog djelovanja na svako postupanje koje je nije u skladu sa efikasnom tržišnom konkurencijom i interesima krajnjih korisnika. Preventivno djelovanje se realizuje putem izbora adekvatnih regulatornih obaveza, koje će najbolje riješiti prepoznate prepreke razvoju konkurencije na relevantnom tržištu.

Naime, prema mišljenju Agencije, uzrok značajne tržišne snage operatora ukazuje na postojanje prepreka tržišne konkurencije u odsustvu regulacije, pa bi blagovremeno nametanje regulatornih obaveza spriječilo prenošenje značajne tržišne snage na susjedna tržišta i povećanje prepreka

---

<sup>6</sup> Revised ERG Common Position on the approach to appropriate remedies in the ECNS regulatory framework, Final Version May 2006, ERG (06)33

ulasku na tržište. Time bi se pospješio ulazak na tržište i razvoj konkurencije. Ukoliko je mala vjerovatnoća ulaska novih operatora na tržište uslijed prednosti prvog operatora, regulatorno tijelo je u obavezi da zaštiti interese krajnjih korisnika i pospješi efikasnost operatora sa značajnom tržišnom snagom.

S tim u vezi Agencija je, u cilju sagledavanja ukupnog ambijenta na tržištu i utvrđivanja uzroka značajne tržišne snage operatora, definisala moguće strukturne i regulatorne prepreke, kako bi bila u mogućnosti da nametne adekvatne regulatorne obaveze operatoru sa značajnom tržišnom snagom.

Takođe, na tržištima gdje je ulazak na tržište novih operatora malo vjerovatan i gdje tržišna snaga ostaje nepromjenjiva zbog prednosti prvog ulaska (first mover advantage), Agencija mora zaštititi korisnike od postupanja suprotno njihovim interesima i neefikasnosti operatora sa značajnom tržišnom snagom.

### **5.1. Tržišna dimenzija prepreka razvoju tržišne konkurencije**

Regulatorna praksa evropskih zemalja identifikuje i izdvaja osnovne vrste ponašanja operatora koje stvaraju prepreke u razvoju tržišne konkurencije, i predstavljaju prepreke koje se mogu, ali ne moraju pojaviti na svakom tržištu i u svakoj situaciji, a to su:

1. Vertikalno prenošenje tržišne snage sa jednog na drugo tržište, i to:
  - Odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa,
  - Prenosnje tržišne snage putem necjenovnih mehanizama
  - Prenosnje tržišne snage putem cjenovnih mehanizama
2. Horizontalno prenošenje tržišne snage sa jednog na drugo tržište, i to:
  - Vezivanje usluga
  - Unakrsno subvencioniranje
3. Značajna tržišna snaga na pojedinačnom tržištu:
  - Postavljanje barijera za ulazak na tržište
  - Nekonkurentsko ponašanje vezano za cijene
  - Neefikasnost/neproductivnost
4. Završavanje (terminacija) poziva:
  - Pevisoke cijene
  - Prećutni sporazumi
  - Cjenovna diskriminacija
  - Odbijanje dogovora/uskraćivanje interkonekcije.

Prepoznavanje mogućih prepreka razvoju tržišne konkurencije je bitno zbog mogućnosti preventivnog djelovanja na svako postupanje koje je nije u skladu sa efikasnom tržišnom konkurencijom i interesima krajnjih korisnika. Preventivno djelovanje se realizuje putem izbora adekvatnih regulatornih obaveza, koje će najbolje riješiti prepoznate prepreke razvoju konkurencije na relevantnom tržištu.

Naime, prema mišljenju Agencije, uzrok značajne tržišne snage operatora ukazuje na postojanje prepreka tržišne konkurencije u odsustvu regulacije, pa bi blagovremeno nametanje regulatornih obaveza spriječilo prenošenje značajne tržišne snage na susjedna tržišta i povećanje prepreka ulasku na tržište. Time bi se pospješio ulazak na tržište i razvoj konkurencije. Ukoliko je na tržištu mala vjerovatnoća ulaska novih operatora uslijed prednosti prvog operatora, regulatorno tijelo je u obavezi da zaštiti interese krajnjih korisnika i pospješi efikasnost operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Pravovremenom reakcijom i dobro odmjerenim regulatornim obavezama, Agencija može uticati na spriječavanje prenošenja značajne tržišne snage na susjedna tržišta i podizanje prepreka ulasku na tržište, čime će direktno pomoći kako ulasku na tržište tako i razvoju konkurencije na tržištu. Takođe, na tržištima gdje je ulazak na tržište novih operatora malo vjerovatan i gdje tržišna snaga ostaje nepromjenjiva zbog prednosti prvog ulaska (*first mover advantage*), Agencija mora zaštititi korisnike od postupanja suprotno njihovim interesima i neefikasnosti operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Uzimajući u obzir međunarodnu regulatornu praksu i specifičnosti sektora elektronskih komunikacija u Crnoj Gori, Agencija identifikuje da na tržištu poziva postoje određeni oblici vertikalnog i horizontalnog prenošenja tržišne snage sa jednog na drugo tržište, kao i značajna tržišna snaga na pojedinačnom tržištu, a njihova analiza data je u nastavku dokumenta.

#### **5.1.1. Mehanizmi vertikalnog prenošenja tržišne snage sa jednog na drugo tržište**

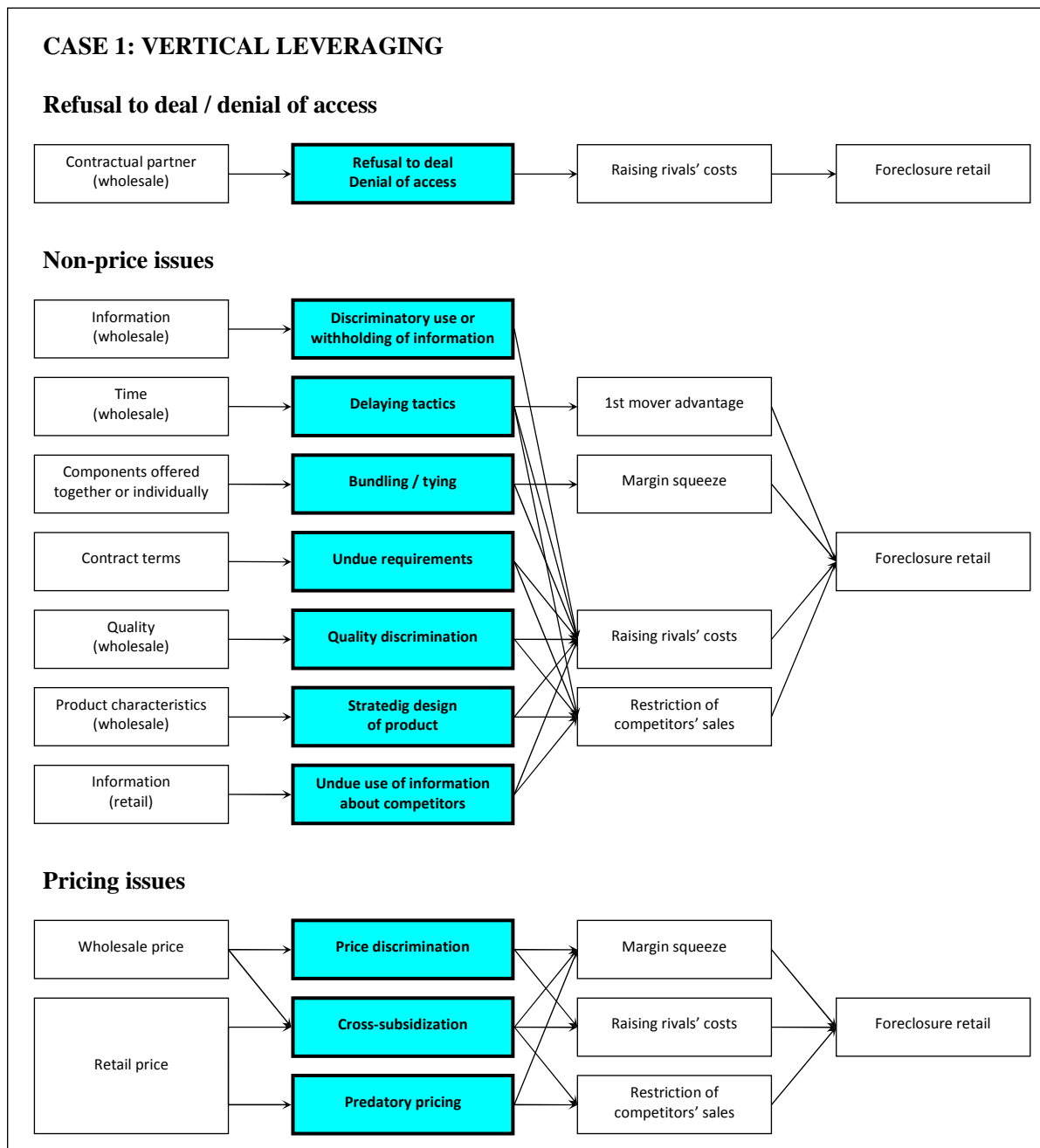
U odsustvu regulacije, na maloprodajnom tržištu međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji mogu se javiti prepreke u razvoju konkurencije, koje proističu iz mogućnosti operatora da iskoristi svoju značajnu tržišnu snagu i ostvari prednost u odnosu na postojeće ili potencijalne konkurente. Konkretno, na posmatranom tržištu, u prednosti je operator koji ima visoko tržišno učešće i posjeduje sopstvenu mrežu za pristup, koja se koristi za pružanje javno dostupne telefonske usluge, dok operatori koji nemaju svoju mrežu za pristup mogu da pružaju uslugu poziva samo preko usluge razvezanog pristupa lokalnoj petlji, ili uslugom izbora i predizbora operatora.

Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage se odnosi na operatora koji je prisutan na veleprodajnom i srodnom vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu. Kada 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, on može pokušati da tu tržišnu snagu prebaci sa veleprodajnog na maloprodajno tržište, čime bi sebi obezbijedio povoljan status na oba tržišta.

Regulatorna praksa u zemljama Evropske Unije prepoznaje 11 tipičnih postupanja koji se mogu podvesti pod vertikalno prenošenje značajne tržišne snage operatora.

- Odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa
- Diskriminatorno korišćenje informacija ili uskraćivanje informacija

- Taktike odgađanja
- Integralni/kombinovani paketi usluga
- Nerazumni/neopravdani zahtjevi
- Diskriminacija kvalitetom usluga
- Strateški dizajn proizvoda
- Neopravdano korišćenje informacija o konkurentima
- Diskriminacija na cjenovnoj osnovi
- Unakrsno subvencioniranje
- Dampinške cijene.



U odsustvu regulacije na relevantnom maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za fizička i pravna lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji se mogu javiti prepreke u razvoju konkurencije koje proističu iz mogućnosti operatora da iskoristi svoju značajnu tržišnu snagu i ostvari prednost u odnosu na postojeće ili potencijalne konkurente.

Na razmatranom tržištu je u prednosti operator koji ima visoko tržišno učešće i posjeduje sopstvenu mrežu za pristup, koja se koristi za pružanje javno dostupne telefonske usluge na fiksnoj lokaciji, dok operatori koji nemaju svoju mrežu za pristup mogu da pružaju uslugu poziva samo preko usluge razvezivanja lokalne petlje, usluge zakupa korisničke linije i usluge izbora i predizbora operatora.

Crnogorski Telekom je vertikalno integrisani operator koji je u poziciji da kontroliše inpute na veleprodajnom nivou, koji su neophodni za pružanje javno dostupne telefonke usluge na maloprodajnom nivou, što predstavlja prepreku razvoju konkurencije na posmatranom relevantnom tržištu.

Shodno navedenom, Agencija smatra da je neophodna prethodna regulacija, omogućavanje izbora i predizbora operatora, kao i razvezani pristup lokalnoj petlji, kako bi se obezbijedila konkurencija na posmatranom relevantnom tržištu, odnosno, kako bi operatori, koji ne posjeduju sopstvenu mrežu za pristup, bili u mogućnosti da pružaju javno dostupnu telefonsku uslugu.

Pored toga, pozicioniranje VoIP operatora na posmatranom relevantnom tržištu uslovljeno je, prije svega, cijenom i uslovima interkonekcije sa fiksnim i mobilnim operatorima, kao i kontrolom cijena Crnogorskog Telekoma za istu uslugu na maloprodajnom i veleprodajnom nivou.

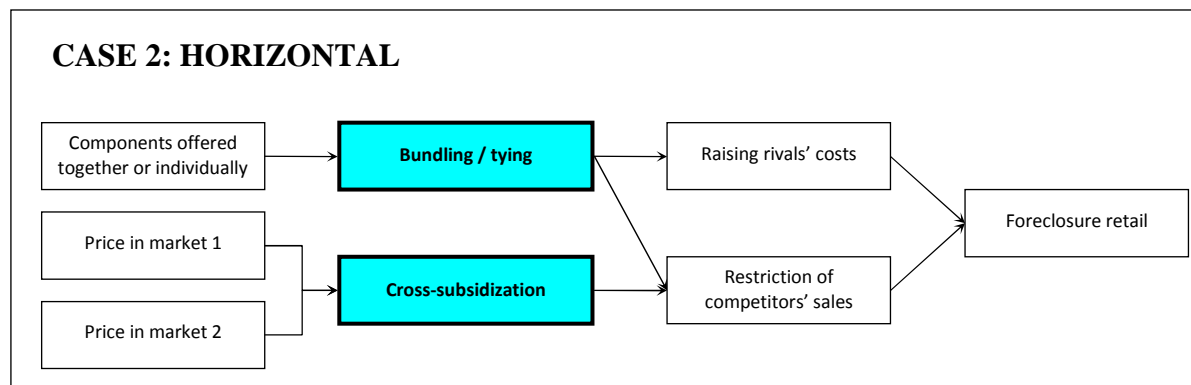
Crnogorski Telekom ima izuzetno visoko učešće na vertikalno povezanom veleprodajnom tržištu i u poziciji je da kontroliše inpute, kao napr. djelove iznajmljenih linija koji su neophodni potencijalnim konkurentima, i tako utiče na uslove konkurencije na posmatranom relevantnom tržištu.

### **5.1.2. Mehanizmi horizontalnog prenošenja tržišne snage sa jednog na drugo tržište**

Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage se odnosi na operatora koji posluje na različitim tržištima koja nisu vertikalno povezana i koji ima status operatora sa značajnom tržišnom snagom na jednom od tih tržišta. Pod određenim okolnostima, operator može pokušati prenijeti značajnu tržišnu snagu s jednog tržišta na kojem ima status značajne tržišne snage, na drugo, potencijalno konkurentno tržište. Horizontalno prenošenje se može realizovati između maloprodajnih, veleprodajnih ili između maloprodajnog i veleprodajnog tržišta, koji nisu vertikalno povezani.

Regulatorna praksa u zemljama Evropske Unije prepoznaje dva tipična postupanja koji se mogu podvesti pod horizontalno prenošenje značajne tržišne snage operatora:

- Grupisanje/vezivanje usluga
- Unakrsno subvencioniranje



Na posmatranom tržištu, javno dostupne telefonska fiksna usluga je integrisana u paket sa uslugom pristupa i pretplatnici nemaju mogućnost da ove usluge kupe odvojeno, tj. uslovljeni su da ukoliko žele da koriste jednu uslugu, moraju da koriste i drugu uslugu kod istog operatora. Iz tog razloga, Agencija smatra da Crnogorski Telekom vrši horizontalno prenošenje svoje značajne tržišne snage sa relevantnog tržišta pristupa na relevantno maloprodajno tržište javno dostupne telefonske fiksne usluge, odnosno usluge pružanja međunarodnih poziva za fizička i pravna lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji. Razdvajanje usluge pristupa od javno dostupne telefonske fiksne usluge biće moguće tek nakon efiksne implementacije i mogućnosti korišćenja usluga izbora i predizbora operatora.

### 5.1.3. Značajna tržišna snaga na pojedinačnom tržištu

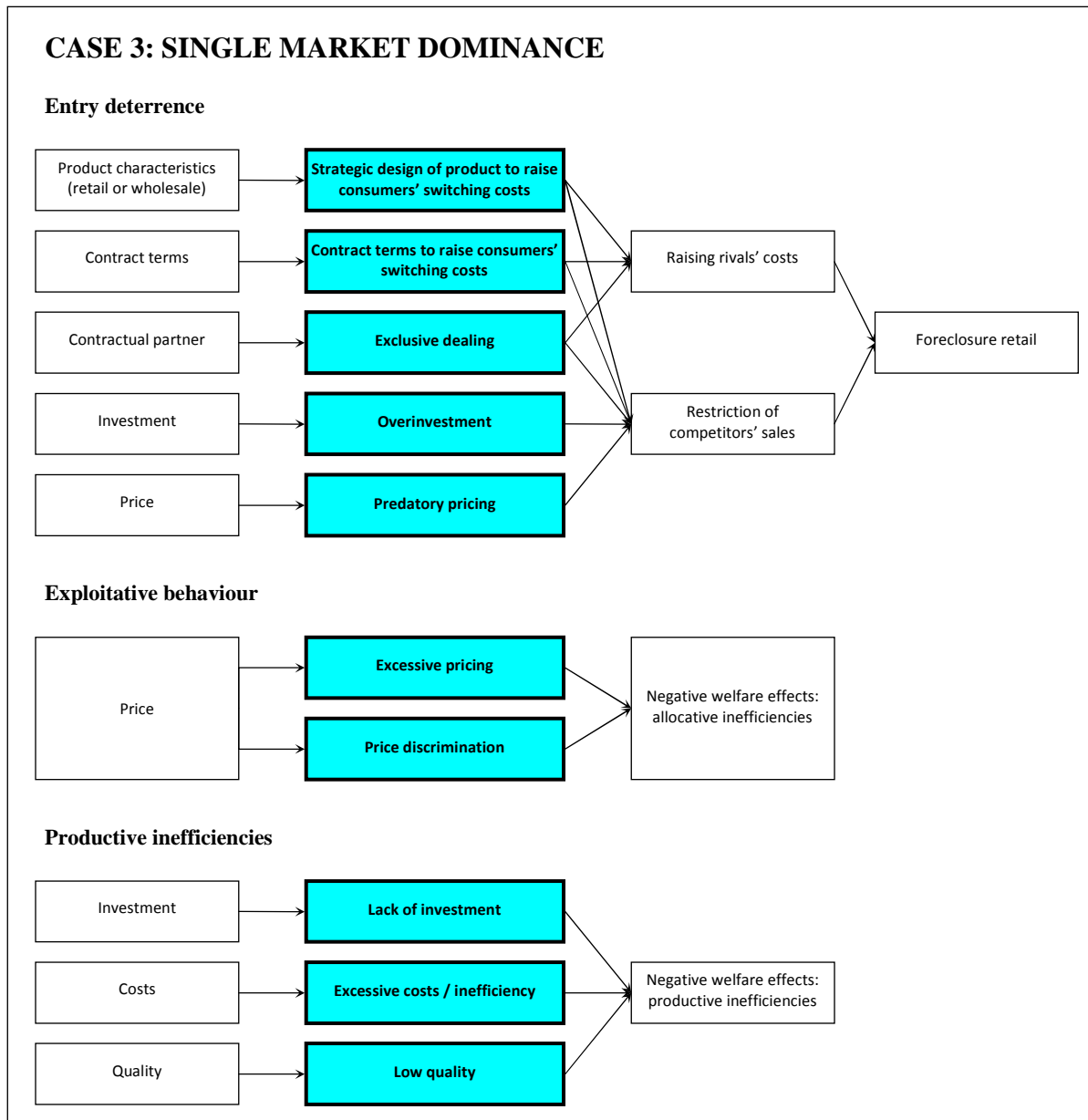
Značajna tržišna snaga na pojedinom/jednom tržištu se odnosi kako na veleprodajno, tako i na maloprodajno tržište, pri čemu operator sa značajnom tržišnom snagom može tipičnim monopolskim ponašanjem i raznim postupcima pojačati prepreke ulasku na navedeno tržište u cilju obezbjeđivanja pozicije i značajne tržišne snage. Svi navedeni postupci u krajnjem utiču na interese krajnjih korisnika.

Regulatorna praksa u zemljama Evropske Unije<sup>7</sup> prepoznaje deset tipičnih postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom na pojedinom tržištu:

- Strateški dizajn proizvoda;
- Ugovorni uslovi koji uvećavaju troškove prelaska korisnika;
- Ekskluzivni dogovor(i);
- Prekomjerna ulaganja;
- Dampinške cijene;
- Previsoke cijene;
- Diskriminacija na cjenovnoj osnovi;
- Nedovoljna ulaganja;

<sup>7</sup> Revised ERG Common Position on the approach to appropriate remedies in the ECNS regulatory framework, Final Version May 2006, ERG (06)33

- Previsoki troškovi/neefikasnost;
- Nizak kvalitet usluge.



Agencija smatra da Crnogorski Telekom kao operator sa značajnom tržišnom snagom, u odsustvu regulacije može postaviti barijere za ulazak na tržište kojim će onemogućiti pojavljivanje novih operatora, da može cjenovnim diskriminacijama istisnuti postojeću konkurenciju, ako i to da bi, u takvim uslovima, bio u poziciji da manje investira, povećava troškove i snižava nivo kvaliteta usluge, na štetu krajnjeg korisnika.

## 6. ODREĐIVANJE REGULATORNIH OBAVEZA ZA OPERATORE SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM

Identifikacija operatora sa značajnom tržišnom pozicijom podrazumijeva propisivanje i nametanje ex-ante obaveza, koje treba da budu proporcionalne i adekvatne utvrđenom problemu-odstupanju od efikasne konkurencije.

Nakon sprovedene analize, Agencija je utvrdila da Crnogorski Telekom posjeduje značajnu tržišnu snagu na maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za fizička i pravna lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji. U skladu sa Zakonom, Agencija će donijeti rješenje kojim će Crnogorskog Telekom proglasiti za operatora sa značajnom tržišnom snagom i na ovom relevantnom tržištu, čime će se spriječiti njegovo djelovanje u pravcu onemogućavanja ravnopravnog položaja sa konkurencijom i eliminisati mogućnost formiranja cijena koje nijesu troškovno orjentisane.

Prilikom određivanja regulatornih obaveza vodi se računa o principu proporcionalnosti, što znači da se svakom operatoru sa značajnom tržišnom pozicijom određuju regulatorne obaveze kojima će se najbolje otkloniti postojeće i potencijalne prepreke razvoju konkurencije.

Takođe, Agencija će, saglasno Smjernicama Evropske komisije, prilikom određivanja regulatornih obaveza imati u vidu sljedeće ciljeve:

- Promovisanje konkurentnosti,
- Doprinos razvoju evropskog tržišta i
- Promovisanje interesa krajnjih korisnika.

Agencija je ranije odradila Analizu tržišta pristupa javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica, saglasno Eksplanatornom memorandumu<sup>8</sup>, i, uzimajući u obzir ciljeve promovisanja investicija i inovacija, zaštite interesa krajnjih korisnika i daljeg podsticanja konkurentnosti na maloprodajnom tržištu, tom prilikom je nametnula Crnogorskom Telekomu sljedeće obaveze na veleprodajnom nivou:

- Obaveza uvođenja mogućnosti izbora i predizbora operatora (eng. *Carrier selection/Carrier preselection*);
- Obaveza iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou (eng. *Wholesale line rental*).

---

<sup>8</sup> EXPLANATORY NOTE - Accompanying document to the Commission Recommendation on Relevant Product and Service Markets within the electronic communications sector susceptible to ex-ante regulation, in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communications networks and services

## **6.1. Obaveze na veleprodajnom nivou**

### **6.1.1. Obaveza mogućnosti izbora/predizbora operatora**

Operatoru koji ima značajnu tržišnu snagu na tržištu pristupa fiksnoj mreži, Agencija, shodno članu 49 Zakona, određuje obavezu da njegovim pretplatnicima omogući pristup uslugama svih ostalih operatora javno dostupnih telefonskih usluga, i to:

- izborom bilo kojeg operatora prilikom svakog poziva upotrebom prefiksa za tog operatora;
- predizborom određenog operatora, na osnovu koda usluge, pri čemu se ne ograničava mogućnost iz stava 1 ovog člana.

U sprovođenju ove obaveze, Crnogorski Telekom je dužan izvršiti prilagođavanja na centralama na kojima su priključeni krajnji korisnici, na način da se pozivi krajnjih korisnika za koje je usluga izbora operatora omogućena, automatski prenose prema mreži operatora kojeg su krajnji korisnici odabrali, a bez potrebe biranja kratkog koda za odabir operatora od strane krajnjih korisnika. U svakom slučaju, krajnji korisnik, kojem je Crnogorski Telekom pristupni operator, može u bilo kojem trenutku zaobići unaprijed programiran predizbor operatora biranjem kratkog koda za odabir operatora posebno za svaki poziv.

U skladu s gore navedenim regulatornim obavezama, Crnogorski Telekom je obavezan operatoru, koji se obratio zahtjevom, omogućiti uslugu predizbora operatora za javno dostupne telefonske usluge u fiksnoj mreži, za krajnjeg korisnika kojem je Crnogorski Telekom pristupni operator, s potpunom funkcionalnošću, segmentaciju usluge po različitim vrstama poziva, i to: lokalni pozivi, međumjesni pozivi, pozivi prema mobilnim mrežama, međunarodni pozivi i dr.

Crnogorski Telekom je dužan da kod obezbjeđenja usluge izbora i predizbora operatora uvažava sledeće prateće obaveze:

- obavezu transparentnosti,
- obavezu nediskriminatornosti,
- obavezu nadzora cijena i
- obavezu vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija.

#### **a) Obaveza transparentnosti**

Crnogorski Telekom je u obavezi da pripremi i dostavi Agenciji na davanje saglasnosti Segment Referentne interkonekcione ponude za uslugu izbora i predizbora operatora najkasnije u roku od 90 dana od dana stupanja na snagu Rješenja. Detalji vezani za pružanje usluga izbora i predizbora operatora (tehničke specifikacije, uslovi, rokovi, cijene, itd.) trebaju biti definisani u Segmentu Referentne interkonekcione ponude Crnogorskog Telekoma .

Segment Referentne interkonekcione ponude mora biti pripremljen u skladu sa objektivnim mogućnostima operatora i raščlanjen na način da drugi operatori, koji žele uslugu, neće biti u obavezi da plaćaju dodatne uslove i troškove, koji nijesu povezani sa pružanjem zahtjevane usluge.

Agencija smatra da je potrebno obavezati Crnogorski Telekom da obezbijedi ugovor o nivou usluge - *SLA (Service Level Agreements)* za uslugu izbora i predizbora operatora. Sastavni dio svakog SLA treba da budu i odgovarajuće naknade (penali) u slučaju neispunjavanja određenih rokova u SLA. U skladu sa navedenim, Agencija smatra da Crnogorskom Telekomu treba biti određena obaveza pružanja ugovora o nivou usluge (*SLA*), koje će činiti sastavni dio Segmenta Referentne interkonekcione ponude za uslugu izbora i predizbora operatora.

Pored obaveze objavljivanja Segmenta Referentne interkonekcione ponude za uslugu izbora i predizbora operatora, Crnogorski Telekom je u obavezi dostavljati Agenciji (i/ili objavljivati) kvartalno detaljne izvještaje sa odgovarajućim glavnim pokazateljima efikasnosti (eng. *Key Performance Indicators - KPI*) koji se odnose na pružanje relevantne usluge. Konkretno, riječ je o vrijednostima pokazatelja koji se odnose na sledeće:

- prosječno vrijeme instalacije usluge za krajnjeg korisnika i
- prosječno vrijeme otklanjanja kvara.

Takođe, Agencija može naknadno zatražiti od Crnogorskog Telekoma praćenje i izveštavanje i za neke druge pokazatelje efikasnosti (eng. *Key Performance Indicators- KPI*) u zavisnosti od potreba Agencije i zahtjeva tržišta

Crnogorski Telekom je, shodno obavezi transparentnosti propisanoj u sklopu regulatornih obaveza, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na tržištu pristupa fiksnoj mreži na fiksnoj lokaciji, objavio referentnu interkonekcionu ponudu u februaru 2011.godine. Ovom referentnom ponudom definisao je uslove pružanja i cijene usluga izbora i predizbora operatora. Agencija je u julu 2011. godine donijela Rješenje o izmjena referentne interkonekcione ponude za fiksnu mrežu, kojim je Crnogorskom Telekomu naloženo da u roku od 15 (petnaest) dana uskladi tekst referentne interkonekcione ponude.

#### **b) Obaveza nediskriminatornosti**

Crnogorski Telekom je dužan da obezbijedi uslugu izbora i predizbora operatora pod jednakim uslovima i jednakog kvaliteta kao i svom maloprodajnom segmentu ili povezanom društvu.

Poštovanjem odredbi Ugovora o nivou usluge (eng. *Service Level Agreements, SLA*) i periodičnim objavljivanjem glavnih pokazatelja efikasnosti (eng. *Key Performance Indicators, KPI*) demonstrira se primjena načela nediskriminatornosti kod pružanja relevantnih usluga od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu.

#### **c) Obaveza nadzora cijena**

Sve troškove uspostavljanja usluge izbora/predizbora operatora snosi operator.

Operator je dužan troškovno formirati cijene za operatorski pristup i interkonekciju u vezi sa izborom i predizborom operatora.

Operator može pretplatniku obračunati samo jednokratni iznos, koji pokriva stvarne troškove stvaranja uslova za pružanje usluge predizbora operatora.

Operator je dužan dostaviti Agenciji na evidenciju i sagledavanje usklađenosti troškovno formiranih cijena za operatorski pristup i interkonekciju u vezi sa izborom i predizborom operatora.

Agencija može propisati, u skladu sa prihvaćenim modelom formiranja cijena elektronskih komunikacionih usluga, limit cijena za uslugu izbora/predizbora operatora, do mjere kojom se obezbjeđuje da cijena usluge ne bude destimulativna za korišćenje ove usluge.

#### **d) Obaveza odvajanja računovodstvenih evidencija**

Agencija može, shodno članu 46. Zakona o elektronskim komunikacijama operatoru sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu, narediti preduzimanje mjera u cilju odvojenog računovodstvenog praćenja poslovnih aktivnosti koje se odnose na pružanje usluga interkonekcije i operatorskog pristupa.

Crnogorski Telekom je u obavezi da pripremi i dostavi Agenciji odvojene računovodstvene evidencije, shodno propisanoj Metodologiji vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija i troškovnog računovodstva.

Metodologija odvojenih računovodstvenih evidencija treba biti u saglasnosti sa domaćim računovodstvenim propisima, međunarodnim računovodstvenim standardima, kao i sa Preporukom Evropske komisije 2005/698/EC<sup>9</sup> o odvojenom računovodstvu i modelima troškovnog računovodstva prema regulatornom okviru za elektronske komunikacije.

Crnogorski Telekom, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu, dužan je da sprovede odvajanje računovodstvenih evidencija koje se odnose na usluge ovog relevantnog tržišta od usluga ostalih maloprodajnih i veleprodajnih tržišta. Ovo će omogućiti Agenciji provjeru poštovanja principa troškovne orijentisanosti i nediskriminatornosti u vezi sa cijenama usluga Crnogorskog Telekoma.

Obaveza vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija je neophodna u smislu identifikacije antikonkurentskih aktivnosti operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu, kao što su praksa unakrsnog subvencionisanja i primjena cjenovnog stezanja profitne marže (eng. *Price Squeeze*) drugih operatora.

#### **6.1.2. Obaveza iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou (eng. Wholesale line rental)**

Imajući u vidu aktuelne i potencijalne prepreke razvoju konkurencije na ovom relevantnom tržištu, Agencija ne vjeruje da je moguće u periodu do naredne analize očekivati razvoj efikasne

---

<sup>9</sup> Commission Recommendation 2005/698/EC of 19 September 2005 on accounting separation and cost accounting systems under the regulatory framework for electronic communications

konkurencije na ovom tržištu. Takođe, Agencija smatra da je obaveza predizbora operatora nedovoljna da bi konkurencija efikasno stupila na tržište. Očekuje se da bi samo jedan mali broj korisnika bio spreman platiti odvojene račune za mjesečnu pretplatu i pozive.

Iz navedenih razloga, Agencija, u sklopu člana 47. Zakona predlaže i nametanje obaveze iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou, čime se promoviše konkurencija usluga na relevantnom tržištu.

Crnogorski Telekom je u obavezi da omogući korišćenje pretplatničkih linija od strane drugih operatora elektronskih komunikacionih usluga u cilju pružanja javnih govornih usluga krajnjim korisnicima.

Sa iznajmljivanjem pretplatničkih linija operator-korisnik ima mogućnost da krajnjim korisnicima izda sopstveni jedinstven račun (eng. *Single Billing*), čime preuzima i kompletan odnos sa krajnjim korisnicima.

Crnogorski Telekom je dužan da kod obezbjeđenja usluge iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou uvažava sledeće prateće obaveze:

- obavezu transparentnosti,
- obavezu nediskriminatornosti,
- obavezu nadzora cijena i
- obavezu vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija.

#### **a) Obaveza transparentnosti**

Crnogorski Telekom je u obavezi da pripremi i dostavi Agenciji na davanje saglasnosti Segment Referentne ponude koji se odnosi za iznajmljivanje pretplatničkih linija na veleprodajnoj osnovi najkasnije u roku od 90 dana od dana stupanja na snagu Rješenja.

Segment Referentne interkonekcione ponude mora biti pripremljen u skladu sa objektivnim mogućnostima operatora i raščlanjen na način da drugi operatori, koji žele uslugu, neće biti u obavezi da plaćaju dodatne uslove i troškove, koji nijesu povezani sa pružanjem zahtjevane usluge

Segment Referentne interkonekcione ponude mora biti jasno definisan, i sadržati sledeće elemente:

1. Opis usluga koje su predmet Referentne ponude;
2. Tehničke karakteristike, specifikacije i informacije o performansama i kvalitetu pretplatničkih linija;
3. Cijene koje se odnose na jednokratnu priključnu taksu, mjesečnu pretplatu i pregled popusta i kriterijuma na osnovu kojih se odobravaju popusti;
4. Procedura i rok obezbjeđenja usluge iznajmljivanje pretplatničkih linija na veleprodajnoj osnovi;
5. Upravljanje, rad i održavanje usluge;
6. Odgovornost i naknada štete.

Agencija smatra da je potrebno obavezati Crnogorski Telekom da obezbijedi ugovor o nivou usluge (eng. *Service Level Agreement, SLA*) za uslugu iznajmljivanja pretplatničkih linija. Sastavni dio svakog SLA treba da budu i odgovarajuće naknade (penali) u slučaju neispunjavanja određenih rokova u SLA. U skladu sa navedenim, Agencija smatra da Crnogorskom Telekomu treba biti određena obaveza pružanja ugovora o nivou usluge, koji će činiti sastavni dio Segmenta Referentne interkonekcionu ponude za uslugu iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnoj osnovi.

Pored obaveze objavljivanja Segmenta Referentne interkonekcionu ponude za uslugu iznajmljivanja pretplatničkih linija, Crnogorski Telekom je u obavezi dostavljati Agenciji (i/ili objavljivati) kvartalno detaljne izvještaje sa odgovarajućim glavnim pokazateljima efikasnosti (eng. *Key Performance Indicators - KPI*) koji se odnose na pružanje relevantne usluge. Konkretno, riječ je o vrijednostima pokazatelja koji se odnose na sledeće:

- prosječno vrijeme uspostavljanja ove usluge i
- prosječno vrijeme otklanjanja kvara.

Takođe, Agencija može naknadno zatražiti od Crnogorskog Telekoma praćenje i izvještavanje i za neke druge pokazatelje efikasnosti (eng. *Key Performance Indicators- KPI*) u zavisnosti od potreba Agencije i zahtjeva tržišta.

Crnogorski Telekom je, shodno obavezi transparentnosti propisanoj u sklopu regulatornih obaveza, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na tržištu pristupa fiksnoj mreži na fiksnoj lokaciji, objavio Ponudu za pružanje usluge iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou 2011.godine.

#### **b) Obaveza nediskriminatornosti**

Crnogorski Telekom je dužan da obezbijedi uslugu iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou pod jednakim uslovima i jednakog kvaliteta kao i svom maloprodajnom segmentu ili povezanom društvu.

#### **c) Obaveza nadzora cijena**

Cijena usluge iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou utvrđuje se primjenom metodologije izračunavanja nivoa veleprodajnih cijena umanjnjem maloprodajnih cijena (eng. *Retail minus methodology*).

Agencija smatra da ovom obavezom može stimulisati ulazak konkurencije na relevantno tržište. Primjenom ovog metoda obezbjeđuje se pokriće troškova za efikasno pružanje usluge i onemogućava praksa cjenovnog stezanja profitne marže (eng. *price squeeze*) drugih operatora. Sa druge strane, Agencija je svjesna da rebalans cijena maloprodajnih usluga još nije završen. Iz tog razloga, Agencija se odlučila za nametanje maloprodajnog "minusa" od 5%, koji je je značajno niži od prakse regulatora evropskih država. Ovom regulatornom obavezom se ne bi uticalo na značajno smanjenje prihoda Crnogorskog Telekoma po osnovu mjesečne pretplate.

#### **d) Obaveza odvajanja računovodstvenih evidencija**

Agencija može, shodno Članu 46. Zakona o elektronskim komunikacijama operatoru sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu, narediti preduzimanje mjera u cilju odvojenog računovodstvenog praćenja poslovnih aktivnosti koje se odnose na pružanje usluga interkonekcije i operatorskog pristupa.

Crnogorski Telekom je u obavezi da pripremi i dostavi Agenciji odvojene računovodstvene evidencije, shodno propisanoj Metodologiji vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija i troškovnog računovodstva.

Metodologija odvojenih računovodstvenih evidencija treba biti u saglasnosti sa domaćim računovodstvenim propisima, međunarodnim računovodstvenim standardima, odnosno sa Preporukom Evropske komisije 2005/698/EC<sup>10</sup> o odvojenom računovodstvu i modelima troškovnog računovodstva prema regulatornom okviru za elektronske komunikacije.

Crnogorski Telekom, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu, dužan je da sprovede odvajanje računovodstvenih evidencija koje se odnose na usluge ovog relevantnog tržišta od usluga ostalih maloprodajnih i veleprodajnih tržišta. Ovo će omogućiti Agenciji provjeru poštovanja principa troškovne orijentisanosti i nediskriminatornosti u vezi sa cijenama usluga Crnogorskog Telekoma.

Obaveza vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija je neophodna u smislu identifikacije antikonkurentskih aktivnosti operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu, kao što su praksa unakrsnog subvencionisanja i primjena cjenovnog stezanja profitne marže (eng. *Price Squeeze*) drugih operatora.

### **6.2. Obaveze na maloprodajnom nivou**

Obaveze nametnute na veleprodajnom nivou su neophodne u pravcu promovisanja konkurentnosti na maloprodajnom nivou, međutim, Agencija ocjenjuje da one nisu dovoljne i ne mogu ograničiti aktuelne i potencijalne aktivnosti zloupotrebe od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom. Iz tog razloga, Agencija nameće obaveze na maloprodajnom nivou koje smatra proporcionalnim i adekvatnim preprekama konstatovanim u postupku analize ovog relevantnog tržišta, koje se odnose na prenošenje značajne tržišne snage na cjenovnim i necjenovnim osnovama.

#### **6.2.1. Obaveza odvajanja računovodstvenih evidencija**

Agencija može, shodno Članu 46. Zakona o elektronskim komunikacijama operatoru sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu, narediti preduzimanje mjera u cilju odvojenog

---

<sup>10</sup> Commission Recommendation 2005/698/EC of 19 September 2005 on accounting separation and cost accounting systems under the regulatory framework for electronic communications

računovodstvenog praćenja poslovnih aktivnosti koje se odnose na pružanje usluga interkonekcije i operatorskog pristupa.

Crnogorski Telekom je u obavezi da pripremi i dostavi Agenciji odvojene računovodstvene evidencije, shodno usvojenoj Metodologiji vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija i troškovnog računovodstva.

Metodologija odvojenih računovodstvenih evidencija treba biti u saglasnosti sa domaćim računovodstvenim propisima, međunarodnim računovodstvenim standardima, odnosno sa Preporukom Evropske komisije 2005/698/EC<sup>11</sup> o odvojenom računovodstvu i modelima troškovnog računovodstva prema regulatornom okviru za elektronske komunikacije.

Crnogorski Telekom, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu, dužan je da sprovede odvajanje računovodstvenih evidencija koje se odnose na usluge ovog relevantnog tržišta od usluga ostalih maloprodajnih i veleprodajnih tržišta. Ovo će omogućiti Agenciji provjeru poštovanja principa troškovne orijentisanosti i nediskriminatornosti u vezi sa cijenama usluga Crnogorskog Telekoma.

Obaveza vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija je neophodna u smislu identifikacije antikonkurentskih aktivnosti operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu, kao što su praksa unakrsnog subvencionisanja i primjena cjenovnog stezanja profitne marže (eng. *Price Squeeze*) drugih operatora.

## **6.2.2. Obaveza regulisanja cijena maloprodajnih usluga**

Agencija može, shodno članu 50. Zakona, nametnuti specifične regulatorne obaveze na maloprodajnom nivou koje se nameću operatorima sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom maloprodajnom tržištu. Obaveze koje se nameću operatoru sa značajnom tržišnom snagom mogu uključiti zahtjeve kojima se ograničavaju sledeće aktivnosti:

1. obračunavanje prekomjernih cijena;
2. ometanje ulaska na tržište;
3. ograničavanje konkurencije postavljanjem previsokih ili preniskih cijena;
4. davanje neopravdanih prednosti određenom krajnjem korisniku;
5. neosnovanog vezivanja određenih usluga.

Agencija može propisati jednu od sledećih metoda određivanja cijena usluga i to:

1. metodu ograničavanja maloprodajnih cijena ( Price cap);
2. metodu regulacije individualnih tarifa;
3. metodu troškovne orijentacije cijene;
4. usklađivanje cijena sa cijenama na uporedivim tržištima.

---

<sup>11</sup> Commission Recommendation 2005/698/EC of 19 September 2005 on accounting separation and cost accounting systems under the regulatory framework for electronic communications

Crnogorski Telekom, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu koje je predmet ove analize, dužan je da se prilikom određivanja maloprodajnih cijena usluga na ovom relevantnom tržištu rukovodi pratećim obavezama troškovne orijentisanosti, nediskriminacije i transparentnosti.

Agencija je Pravilnikom o regulaciji cijena maloprodajnih elektronskih komunikacionih usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža, koji je usvojio Savjet Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost na sjednici od 27.10.2011. godine, propisao uslove i način kontrole cijena, sprečavanje primjene cijena kojima se ograničava konkurencija i uređuje regulacija maloprodajnih cijena usluga.

#### **a) Zabrana obračunavanja prekomjernih cijena**

Agencija shodno Pravilniku o regulaciji cijena maloprodajnih elektronskih komunikacionih usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža može propisati jednu od sledećih metoda određivanja cijena usluga (kontrolu maloprodajnih cijena) i to: metodu ograničavanja maloprodajnih cijena i metodu troškovne orijentacije cijena.

##### **Metod ograničenja nivoa maloprodajnih cijena (eng. Price cap)**

Metod ograničenja nivoa maloprodajnih cijena se primjenjuje na relevantne maloprodajne usluge, gdje Agencija nakon sprovedenih analiza relevantnih tržišta utvrdi prisustvo neefikasne konkurencije.

Primjenom metoda ograničenja nivoa maloprodajnih cijena, Agencija može da dozvoli operatoru sa značajnom tržišnom snagom da unese izmjene u strukturi svojih cijena, tako da tokom vremena maloprodajne cijene operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu postanu više izbalansirane i troškovno orijentisane.

Operator koji ima značajnu tržišnu snagu na određenom relevantnom tržištu je motivisan da promijeni prosječni ponderisani nivo cijena određenih regulisanih usluga iz sadržaja korpe usluga, prema stopi inflacije na osnovu određene vrijednosti faktora produktivnosti "X".

##### **Metod troškovne orijentacije cijena**

Operator kojem je naređeno preduzimanje troškovne orijentacije mora dokazati da su cijene izračunate na osnovu troškova uz prihvatljivu stopu prinosa na investiciona ulaganja. Prilikom provjeravanja ispunjavanja obaveze Agencija može primijeniti metode troškovnog računovodstva koje su nezavisne od onih koje primjenjuje operator. Agencija može od operatora rješenjem takođe zahtijevati da obrazloži i po potrebi koriguje cijene, pri čemu teret eventualnog dokazivanja snosi operator.

Operator sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom maloprodajnom tržištu prema kojem se preduzima mjera kontrole maloprodajnih cijena, dužan je da implementira sistem troškovnog računovodstva saglasno Metodologiji specificiranoj od strane Agencije.

Nakon primjene propisanog sistema troškovnog računovodstva i odvojenog računovodstva operator iz stava 2. dužan je pružiti uvid u regulatorne finansijske informacije, kako bi Agencija ispunila svoje regulatorne zadatke u ovoj oblasti, uključujući i nadzor cijena.

#### **b) Zabrana ograničavanja konkurencije postavljanjem previsokih ili preniskih cijena**

Shodno Pravilniku o o regulaciji cijena maloprodajnih elektronskih komunikacionih usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža, Agencija može, u cilju *ex-ante* identifikacije aktivnosti koje predstavljaju zloupotrebu od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom, primijeniti test za utvrđivanje prisustva cijena kojima se ograničava konkurencija (eng. Margin squeeze) na maloprodajne ponude operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Agencija može da sprovede jedan od dva tipa testa na maloprodajne ponude operatora sa značajnom tržišnom snagom, i to test jednako efikasnog operatora (eng. *Equally efficient operator test*) i test razumno efikasnog operatora (eng. *Reasonably efficient operator test*). Ovi testovi služe za provjeru usklađenosti nivoa troškova pružanja maloprodajnih usluga sa troškovima pružanja veleprodajnih usluga, a sve u cilju dokazivanja opravdanosti, objektivnosti i transparentnosti maloprodajnih cijena.

#### **c) Zabrana davanja neopravdanih prednosti određenom krajnjem korisniku**

Crnogorski Telekom, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom maloprodajnom tržištu dužan je da se prilikom utvrđivanja maloprodajnih cijena rukovodi principima nediskriminatornosti i transparentnosti, na osnovu kojih Agencija sprovodi mjere kojima se sprečava davanje neopravdanih prednosti određenim kategorijama krajnjih korisnika.

#### **Obaveza nediskriminatornosti**

Maloprodajna cijena usluge operatora sa značajnom tržišnom snagom koja se nudi pod ekvivalentnim uslovima treba da bude ista za sve korisnike. Izuzetno, popusti su objektivno opravdani i mogu se odobriti posebnim kategorijama korisnika (npr, invalidima, korisnicima socijalne pomoći). Operatori će objaviti u svom Cjenovniku odobrene popuste određenim kategorijama korisnika, koji su bazirani na objektivnim kriterijumima, kao što su: obim saobraćaja, broj linija, rok zaključenog korisničkog ugovora (maksimum 24 mjeseca) i sl.

U postupku analize ovog tržišta konstatovane su prepreke razvoju konkurencije koje se odnose na prenošenje značajne tržišne snage na cjenovnoj osnovi i praksu diskriminacije cijenama. Nametanjem ove obaveze nije intencija Agencije da generalno zabrani mogućnost odobravanja popusta, odnosno različitih cijena različitim kategorijama korisnika. Naprotiv, Agencija je mišljenja da Crnogorski Telekom kao operator sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu može ponuditi i objaviti u svom Cjenovniku odobrene popuste određenim kategorijama korisnika, koji su bazirani na objektivnim kriterijumima kao što su: obim saobraćaja, broj linija, rok zaključenog korisničkog ugovora (maksimum 24 mjeseca) i sl. Međutim, cjenovna diskriminacija postaje antikonkurentna aktivnost, odnosno prepreka razvoju konkurencije ako utvrđivanje različitih cijena usluge za različite kategorije korisnika nije zasnovano na objektivnim kriterijumima. U odsustvu regulacije, Crnogorski Telekom bi mogao diskriminisati krajnje korisnike na račun određenih kategorija korisnika (npr. veliki poslovni korisnici).

Agencija ocjenjuje da je neophodno odrediti Crnogorskom Telekomu obavezu zabrane cjenovne diskriminacije koja podrazumijeva zabranu davanja neopravdanih prednosti određenim kategorijama krajnjih korisnika.

### Obaveza transparentnosti

Svi operatori javnih elektronskih komunikacionih mreža su obavezni da, shodno članu 102. stav 2 Zakona, učine dostupnim javnosti važeće cijene, tarife i opšte uslove pružanja svojih usluga. Pored ove generalne obaveze, Crnogorski Telekom je dužan da objavi Cjenovnik usluga na kome će jasno i nedvosmisleno biti prezentirane cijene svih maloprodajnih usluga, odnosno cijene svih kombinovanih paketa, popusti i objektivni kriterijumi za odobravanje popusta kod određenih usluga, odnosno kombinovanih paketa, promotivne aktivnosti kao i ostale relevantne informacije koje se tiču uslova korišćenja usluga.

Takođe, Agencija ocjenjuje da se operatoru sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu treba nametnuti obaveza dostavljanja Agenciji izmjena Cjenovnika i obavještenja o izmjenama cijena prije njihovog stupanja na snagu. Operator sa značajnom tržišnom snagom će biti u obavezi, shodno Pravilniku o regulaciji maloprodajnih cijena, obavijestiti Agenciju u roku, ne kraćem od 30 dana o izmjenama cijena sa detaljnim obrazloženjem. Na taj način, Agencija ima mogućnost da provjeri poštovanje principa transparentnosti, nediskriminatornosti i troškovne orijentisanosti cijena, kao i da identifikuje potencijalne anti-konkurentne aktivnosti. Agencija neće davati formalnu saglasnost na izmjene cijena Crnogorskog Telekoma, ali će intervenisati u slučaju kršenja pomenutih principa prije stupanja na snagu istih.

Prethodno navedeno uključuje i dostavu obavještenja o promotivnim ponudama, kao i detaljnim uslovima promotivnih ponuda, u roku od najmanje 30 (trideset) dana, koje se odnose na javno dostupnu telefonsku uslugu međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji.

Ovu obavezu Agencija nalaže jer opravdano smatra da bi Crnogorski Telekom mogao u svrhu ostvarivanja reklamnih ili privrednih ciljeva javno dostupnu telefonsku uslugu u međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji mogao da ponudi po cijenama koje su ispod troška pružanja istih, odnosno po cijenama koje nisu u skladu s regulatornom mjerom troškovne orijentacije cijena. Crnogorski Telekom bi na taj način mogao da zaobiđe nametnutu regulatornu mjeru, a takvo postupanje bi istovremeno prisililo ostale operatore na snižavanje cijena javno dostupne telefonske usluge, što bi u krajnjem rezultiralo izlaskom sa tržišta istih.

S obzirom da bi bez regulacije promotivnih ponuda Crnogorski Telekom bio u mogućnosti kroz (ponovljene) promotivne ponude u kojima je naglasak na javno dostupnu telefonsku uslugu međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, jednostavno iskorišćavati svoj status operatora sa značajnom tržišnom snagom, Agencija smatra za potpuno opravdano određivanje Crnogorskom Telekomu sprovođenje ove regulatorne mjere i na sljedeći način:

- trajanje promotivnih akcija ne smije biti duže od 2 (dva) mjeseca;

- uslovi iz promotivne akcije ne mogu se primjenjivati duže od 3 (tri) mjeseca, računajući od dana potpisivanja ugovora sa krajnjim korisnikom, kada je isti sklopljen za vrijeme trajanja promotivne akcije;
- promotivne akcije za iste usluge ili usluge istih karakteristika ne smiju se ponavljati u periodu od 1 (jedne) godine, računajući od dana početka iste;
- promotivne pogodnosti se mogu nuditi i ugovarati samo novim korisnicima i postojećim korisnicima koji ne koriste uslugu koja je predmet promotivne akcije.

Agencija smatra da je ovim obavezama na dovoljno efikasan i transparentan način omogućila Crnogorskom Telekomu sprovođenje promotivnih akcija, koje će istovremeno imati pozitivan uticaj na privlačenje i zadovoljstvo svojih korisnika i omogućiti efikasnu tržišnu konkurenciju između operatora koji pružaju usluge na maloprodajnom tržištu međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji.

#### **d) Zabrana neosnovanog vezivanja određenih usluga**

U slučaju da ponude kombinovanih i vezanih usluga imaju antikonkurentne efekte i predstavljaju neosnovano vezivanje usluga Agencija će zabraniti njihovu primjenu.

Agencija će provjeravati praksu kombinovanja i vezivanja usluga. Takva provjera može da uključi i sprovođenje testa profitabilnosti za kombinovane ponude na način da se utvrdi da li maloprodajna cijena paketa usluga pokriva troškove odgovarajuće veleprodajne usluge uvećane za sve relevantne troškove uslovljene pružanjem tog paketa usluga.

U cilju sprovođenja ovakve provjere, operator sa značajnom tržišnom snagom će obavijestiti Agenciju o troškovnoj strukturi veleprodajne cijene usluga ili mrežne opreme koja se koristi za pružanje maloprodajnih usluga, i drugim relevantnim informacijama.

Glavni cilj nametanja ove obaveze je u spriječavanju ili ograničavanju prepreka razvoju konkurencije na relevantnom tržištu, koje se odnose na neosnovano vezivanje određenih usluga, s obzirom da ova praksa može imati negativan efekat na operatore i krajnje korisnike.

Kod ocjene prepreka razvoju konkurencije, Agencija je razmatrala da li vezana/kombinovana ponuda usluga (eng. *tying and bundling*) predstavlja potencijalnu prepreku razvoju konkurencije s aspekta prenošenja značajne tržišne snage sa jednog tržišta na blisko povezana horizontalna tržišta. Naime, integrisanje usluga u okviru jednog paketa, onemogućava transparentnost cijena pojedinih usluga. S druge strane, praksa kombinovanih paketa usluga može rezultirati racionalizacijom troškova poslovanja operatora, i samim tim i povoljnostima za krajnje korisnike. Međutim, ova praksa ima anti-konkurentski karakter u slučaju kombinovanja usluge sa konkurentskog i usluge sa nekonkurentskog tržišta u okviru tarifnog paketa. Strategijom ponude vezanih/kombinovanih paketa (eng. *tying and bundling*) operator sa značajnom tržišnom snagom učvršćuje svoju poziciju i uvećava barijere uvođenju konkurencije na relevantno tržište.

Crnogorski Telekom je u obavezi da usluge koje su sastavni dio paketa nudi i na pojedinačnoj osnovi. Drugim riječima, krajnjem korisniku treba omogućiti slobodu izbora, u skladu sa potrebama, korišćenja određene usluge pojedinačno ili u okviru paketa.

Crnogorski Telekom je u obavezi da transparentno prezentira razlike u cijenama, uključujući i razlike u popustima između pojedinačnih i kombinovanih usluga, koje treba da budu bazirane na principima objektivnosti i troškovne orijentisanosti.

## 7. Prilozi

### 1.1 Prilog A – mišljenje Uprave za zaštitu konkurencije za primjenu Testa tri kriterijuma



Broj: 01 – 148/2  
Podgorica, 20.07.2011.godine

**Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost  
n/r direktora Zorana Sekulića  
PODGORICA**

**Predmet:** Mišljenje o nacrtima analiza relevantnih tržišta i o ispunjavanju testa tri kriterijuma

Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost dostavila je, dana 05.07.2011.godine, Upravi za zaštitu konkurencije na mišljenje sljedeće nacрте analiza ispunjenosti testa Tri kriterija, kod određivanja sljedećih relevantnih tržišta:

- Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva, za pravna i fizička lica, koja se pružaju na fiksnoj lokaciji;
- Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva, za pravna i fizička lica, koja se pružaju na fiksnoj lokaciji;
- Veleprodajno tržište trunk segmenata iznajmljenih linija;
- Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih pozivnih telefonskih mreža i
- Veleprodajno tržište prenosa i emisije radio difuznih signala.

Pravni osnov za davanje mišljenja Uprave za zaštitu konkurencije, na navedene analize, predstavljaju odredbe člana 6b Zakona o zaštiti konkurencije („Službeni list Crne Gore”, br. 69/05 i 37/07), kao i odredbe Poglavlja 5 Zakona o elektronskim komunikacijama („Službeni list Crne Gore”, broj 50/08, 53/09, 70/09 i 49/10), posebno člana 41, stav 1 istog zakona. Pored toga, Uprava za zaštitu konkurencije je sa Agencijom za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost potpisala Sporazum o saradnji na području obezbjeđenja konkurencije i predupređenja štetnih efekata, nedostatka konkurencije na tržištu usluga elektronskih komunikacija.



Uprava za zaštitu konkurencije, na osnovu komparativne analize predloženih nacrti analiza ispunjavanja testa tri kriterijuma kod određenih relevantnih tržišta, sa odredbama Zakona o zaštiti konkurencije i odredbama člana 73. Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju (u daljem tekstu:SPP), kao relevantnim odredbama pravnog poretka Evropske Unije na području konkurencije (*Competition Acquis*), na predložene nacрте analiza daje sljedeće

## MIŠLJENJE

Predloženi nacrti analiza o ispunjavanju testa tri kriterijuma na odabranim relevantnim tržištima, i to:

- Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva, za pravna i fizička lica, koja se pružaju na fiksnoj lokaciji;
- Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva, za pravna i fizička lica, koja se pružaju na fiksnoj lokaciji;
- Veleprodajno tržište trunk segmenata iznajmljenih linija;
- Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih pozivnih telefonskih mreža i
- Veleprodajno tržište prenosa i emisije radio difuznih signala,

su urađeni u skladu sa odredbama Zakona o elektronskim komunikacijama („Službeni list Crne Gore”, broj 50/08, 53/09, 70/09 i 49/10), uz pravilnu primjenu odredbi Zakona o zaštiti konkurencije („Službeni list Crne Gore”, br. 69/05 i 37/07).

### Dodatno obrazloženje:

Kao što je u dispozitivu mišljenja navedeno, Uprava za zaštitu konkurencije se slaže da su analize o ispunjavanju testa tri kriterijuma po navedenim relevantnim tržištima urađene u skladu sa odredbama Zakona o elektronskim komunikacijama („Sl.list CG”, broj 50/08, 53/09, 70/09 i 49/10). Takva procjena saglasnosti ima pravni osnov u odredbama Sporazuma o saradnji na području obezbjeđenja konkurencije i predupređenja štetnih efekata, nedostatka konkurencije na tržištu usluga elektronskih komunikacija, koji je potpisan dana 28.04.2009.godine.

Međutim, potrebno je naglasiti da postoje različite nadležnosti, u smislu uvođenja i zaštite konkurencije između Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost, kojoj je zakonom povjerena isključiva nadležnost „*ex ante*“ regulacije i Uprave za zaštitu konkurencije, kojoj je zakonom povjerena isključiva nadležnost „*ex post*“ nadzora u slučajevima zloupotrebe dominantnog položaja i/ili ograničavajućih sporazuma. Uprava za zaštitu konkurencije će u okviru svojih nadležnosti, u svakom potencijalnom slučaju, koji će biti sproveden po odredbama Zakona o zaštiti konkurencije, prije utvrđivanja pravne kvalifikacije pojedine sporne radnje, donositi sopstvenu definiciju relevantnog tržišta, koja može, a ne mora, biti u skladu sa predloženim nacrtima analiza. Ovakav stav Uprave za zaštitu konkurencije ima svoje razloge, prije svega zbog razlika između već pomenute „*ex ante*“ regulacije i „*ex post*“ nadzora, a time i samim ciljevima zakona, koji uređuju poslovanje i nadležnosti Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost i



Uprave za zaštitu konkurencije. Tako, ako je Agenciji za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost povjerena nadležnost za uvođenje i regulisanje konkurencije sa ciljem postizanja efikasne konkurencije, shodno Zakonom o elektronskim komunikacijama („Sl. list CG”, broj 50/08, 53/09, 70/09 i 49/10), određenom užem relevantnom tržištu, onda je Upravi za zaštitu konkurencije povjerena nadležnost za zaštitu (već postojeće efikasne) konkurencije na cjelokupnom tržištu Crne Gore.

Pravo konkurencije najstrožije zabranjuje (bez mogućnosti izuzeća) zloupotrebu dominantnog položaja (koji nije nužno jednak definiciji operatera sa značajnom tržišnom snagom) i nema pravo regulacije, ako prethodno nije utvrđena zloupotreba dominantnog položaja, ili ako se ustanovi da bi prihvatanjem predloženih obaveza (ali u već pokrenutom postupku) došlo do uspostavljanja relevantne konkurentne strukture tržišta.

Zbog gore navedenog, Zakon o zaštiti konkurencije („Službeni list Crne Gore”, br. 69/05 i 37/07), kao i predlog novog zakona, ne obuhvataju odredbe sa kojima bi inače bila potrebna „*ex ante*” regulacija, a time i „*ex ante*” određivanje relevantnih tržišta. Kao i u drugim modernim pravnim sistemima, tako i u Crnoj Gori, zbog gore navedenog, veoma su jasno razgraničene nadležnosti između sektorskih regulatora (u predmetnom slučaju Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost) i institucija za zaštitu konkurencije (u predmetnom slučaju Uprave za zaštitu konkurencije).

Uprava za zaštitu konkurencije će, na osnovu odredbi relevantnog pravnog okvira, u skladu sa svojim nadležnostima, u svakom pokrenutom postupku određivati relevantno tržište za svaki slučaj posebno.

U svakom slučaju, dostavljeni nacrti analiza, predstavljaju kvalitetan osnov, kako za „*ex ante*” regulaciju, tako i za potencijalne slučajeve, koje će Uprava za zaštitu konkurencije pokrenuti, ako za to budu postojali uslovi.

S poštovanjem,

**DIREKTOR**  
**Miodrag Vujović**

