



CRNA GORA
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE
I POŠTANSKU DJELATNOST

**Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva
iz javnih mobilnih telefonskih mreža
(Analiza nakon testa tri kriterijuma)**

N A C R T

Podgorica, novembar 2011.

SADRŽAJ

SADRŽAJ.....	2
1. UVOD.....	4
1.1 Evropski regulatorni okvir za elektronske komunikacije	4
1.2 Pravni osnov za sprovođenje postupka definisanja i analize relevantnog tržišta	6
1.3 Saradnja sa Upravom za zaštitu konkurencije.....	7
1.4 Hronološki redoslijed aktivnosti.....	7
2. DEFINISANJE RELEVANTNOG TRŽIŠTA.....	9
2.1 Određivanje granica relevantnog tržišta za potrebe sprovođenja testa tri kriterijuma	9
2.1.1 Tržište javnih mobilnih telefonskih mreža u Crnoj Gori.....	9
2.1.2 Relevantno tržište u dimenziji usluga	9
2.2 Zamjenjivost na strani potražnje – veleprodajni nivo.....	15
2.3 Zamjenjivost na strani ponude – veleprodajni nivo.....	16
2.4 Dodatni činilac koji utiče na određivanje relevantnog tržišta u dimenziji usluga	17
2.4.1 Mreže treće generacije (3G).....	17
2.5 Relevantno tržište u geografskoj dimenziji	17
2.6 Stav nadležnog regulatornog tijela o određivanju relevantnog tržišta.....	18
3. TEST TRI KRITERIJUMA	19
3.1 Prvi kriterijum: prisutnost visokih i trajnih barijera za ulazak na tržište, strukturne, pravne ili regulatorne prirode	19
3.1.1 Strukturne barijere ulaska na tržište	20
3.1.2 Pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište	20
3.2 Drugi kriterijum: struktura tržišta koja ne teži razvoju efikasne tržišne konkurencije unutar odgovarajućeg vremenskog okvira.....	22
3.3 Treći kriterijum: primjena relevantnih propisa o zaštiti konkurencije sama po sebi ne omogućava na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu	24
3.3.1 Step en opšteg nekonkurentnog ponašanja.....	24
3.3.2 Step en kompleksnosti otklanjanja nekonkurentnog ponašanja	24
3.3.3 Nekonkurentsko ponašanje može dovesti do nepopravljive štete na relevantnom tržištu.....	24
3.3.4 Potreba za regulatornom intervencijom kako bi se dugoročno osigurao razvoj efikasne konkurencije na tržištu.....	25
3.3.5 Zaključak o trećem kriterijumu	25
3.4 Zaključak Agencije da je relevantno tržište podložno ex ante regulaciji	26
4. KRITERIJUMI ZA UTVRĐIVANJE TRŽIŠNE SNAGE	27
4.1 Kriterijum I: Nivo koncentracije relevantnog tržišta, raspoređivanje tržišnih udjela na relevantnom tržištu i njihovo mijenjanje u dužem periodu	28
4.2 II Kriterijum: prepreke za ulazak na relevantno tržište i uticaj potencijalne konkurencije na tom tržištu	30
4.3 III Kriterijum: Uticaj velikih korisnika na snagu operatora (kompenzaciona kupovna moć)	30
4.4 IV Kriterijum: Homogenost usluga	31
4.5 V Kriterijum: Elastičnost tražnje.....	31
4.6 VI kriterijum: Nivo tehnoloških inovacija i tehnološkog razvoja	31
4.7 VII Kriterijum: postojanje cjenovne konkurencije.....	31
4.8 Ostali kriterijumi	31

4.9	Zaključak o procjeni postojanja operatora sa značajnom tržišnom snagom.....	32
5.	PREPREKE U RAZVOJU TRŽIŠNE KONKURENCIJE.....	33
5.1	Odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa	34
5.2	Prenošenje značajne tržišne snage na osnovama nevezanim za cijene.....	35
5.3	Prenošenje značajne tržišne snage na osnovama vezanim za cijene	39
6.	ODREĐIVANJE OBAVEZA OPERATORU SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM.....	41
6.1	Obaveza omogućavanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja	42
6.2	Obaveza obezbjeđivanja jednakog tretmana-nediskriminatornost	44
6.3	Obaveza obezbjeđivanja preglednosti	45
6.4	Obaveza odvajanja računovodstvenih evidencija.....	47
6.5	Obaveza nadzora cijena i troškovnog računovodstva.....	49
7.	PRILOZI	51
7.2	Prilog A – mišljenje Uprave za zaštitu konkurencije	51

1. UVOD

1.1 *Evropski regulatorni okvir za elektronske komunikacije*

Regulatorni okvir Evropske unije iz 2002. godine rezultat je dugog i kontinuiranog procesa rasprava i analiza o načinima ostvarivanja najprikladnijeg okruženja za razvoj efikasne konkurencije u sektoru elektronskih komunikacija. Taj okvir danas predstavlja regulatorni model koji je prihvaćen kao najbolji poznati model i u mnogim zemljama kojie nijesu članice Evropske unije. Evropska komisija je marta 2002. godine usvojila četiri direktive koje dijelom čine regulatorni okvir iz 2002. godine na području elektronskih mreža i komunikacionih usluga, dok je peta direktiva, koja je takođe sastavni dio regulatornog okvira, usvojena je u oktobru 2002.godine.

- Direktiva 2002/19/EC o pristupu i interkonekciji elektronskih komunikacionih mreža i pripadajućih dodatnih usluga ("Direktiva o pristupu")¹,
- Direktiva 2002/20/EC o autorizaciji na području elektronskih komunikacionih mreža i usluga ("Direktiva o autorizaciji")²,
- Direktiva 2002/21/EC o zajedničkom regulatornom okviru za elektronske komunikacione mreže i usluge ("Okvirna direktiva")³,
- Direktiva 2002/22/EC o univerzalnom servisu i pravima korisnika u vezi sa elektronskim komunikacionim mrežama i uslugama ("Direktiva o univerzalnom servisu")⁴,
- Direktiva 2002/58/EC o obradi ličnih podataka i zaštiti privatnosti i povjerljivosti komunikacija u sektoru elektronskih komunikacija ("Direktiva o privatnosti u elektronskim komunikacijama")⁵.

U mnogim publikacijama često se navodi da se regulatorni okvir sastoji od "Okvirne direktive" (2002/21/EC) i četiri preostale Direktive koje se zajednički nazivaju "Specifične Direktive" (2002/19/EC, 2002/20/EC, 2002/22/EC i 2002/58/EC).

Evropska komisija je 2002. godine objavila Smjernice za nacionalna regulatorna tijela, o definisanju i analizi relevantnih tržišta, utvrđivanju statusa operatora sa značajnom tržišnom snagom i nametanju regulatornih obaveza.⁶ Osnovna svrha pomenutih Smjernica je doprinos harmonizaciji primjene regulatornih načela i konzistentnosti regulacije. Korišćenje iste metodologije definisanja i analize tržišta osigurava da većina tržišta definisanih za potrebe sektorski specifične regulacije odgovaraju definicijama koje bi bile primjenjene saglasno propisima o zaštiti konkurencije.

¹ Directive 2002/19/EC Access directive (OJ of the ECL 108/7 from 24.02.2002)

² Directive 2002/20/EC Authorisation directive (OJ of the ECL 108/21 from 24.02.2002)

³ Directive 2002/21/EC Framework directive (OJ of the ECL 108/33 from 24.02.2002)

⁴ Directive 2002/22/EC Universal service directive (OJ of the ECL 108/51 from 24.02.2002)

⁵ Directive 2002/58/EC Directive on privacy and electronic communications (OJ of the ECL 201/37 from 31.07.2002)

⁶ Commission guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the Community regulatory framework for electronic communications networks and services (OJ of the ECC 165/6 from 11.07.2002)

Na osnovu člana 15. Okvirne direktive (Direktiva 2002/21/EC), Evropska komisija je usvojila sljedeće preporuke o relevantnim tržištima na području elektronskih komunikacija:

- Preporuku (2003/311/EC)⁷ od 11.02.2003. godine, o relevantnim tržištima na području elektronskih komunikacija, koja je sadržala 18 tržišta koja su podložna prethodnoj (ex-ante) regulaciji, i koja je zamijenjena sa
- Preporukom (2007/879/EC)⁸ od 17.12.2007. godine, o relevantnim tržištima na području elektronskih komunikacija, koja sadrži 7 tržišta koja su podložnima prethodnoj (ex-ante) regulaciji.

Preporuka iz februara 2003. godine je sadržala 18 tržišta podložnih prethodnoj regulaciji, što znači da je Evropska komisija zaključila da su na tim tržištima istovremeno zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma), te na taj način utvrdila da su navedena tržišta podložna prethodnoj regulaciji u većini zemalja Evropske unije. Navedena Preporuka o relevantnim tržištima izmijenjena je na način da umjesto 18 relevantnih tržišta, na osnovu nove Preporuke o relevantnim tržištima iz decembra 2007. godine, postoji 7 relevantnih tržišta koja su podložna prethodnoj regulaciji. Tržišta koja više nisu sastavni dio važeće Preporuke o relevantnim tržištima, nacionalna regulatorna tijela i dalje mogu tretirati, ali na način da prethodno dokažu da su na tim tržištima istovremeno zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma).

Na inicijativu Evropske komisije, Evropski parlament i Savjet ministara Evropske unije su u decembru 2009.godine donijeli novi regulatorni okvir u oblasti elektronskih komunikacija koji se sastoji od dvije direktive i jednog pravilnika:

- Pravilnika 1211/2009 Evropskog parlamenta i Evropskog savjeta, o uspostavljanju Tijela evropskih regulatora za elektronske komunikacije (BEREC)⁹;
- Direktive 2009/136/EC Evropskog parlamenta i Evropskog savjeta¹⁰, kojom se mijenjaju Direktiva 2002/22/EC o univerzalnom servisu, Direktiva 2002/58/EC o korišćenju podataka o ličnosti i Pravilnik broj 2006/2004 o saradnji nacionalnih organa nadležnih za primjenu propisa o zaštiti prava potrošača;
- Direktiva 2009/140/EC Evropskog parlamenta i Evropskog savjeta¹¹, kojom se mijenjaju Direktiva 2002/21/EC o zajedničkom okviru, Direktiva 2002/19/EC o pristupu i interkonenciji i Direktiva 2002/20/EC o izdavanju odobrenja za mreže i usluge.

⁷ 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 communication networks and services (OJ of the EC L 114/456 from 08.05.2003.

⁸ Commission recommendation of 17 December 2007 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.

⁹ Regulation (EC) No 1211/2009 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009, establishing the Body of European Regulators for Electronic Communications (BEREC) and the Office

¹⁰ Directive 2009/136/EC of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009, amending Directive 2002/22/EC on universal service and users' rights relating to electronic communications networks and services, Directive 2002/58/EC concerning the processing of personal data and the protection of privacy in the electronic communications sector and Regulation (EC) No 2006/2004 on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws

¹¹ Directive 2009/140/EC of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009, amending Directives 2002/21/EC on a common regulatory framework for electronic communications networks and services, 2002/19/EC on access to, and interconnection of, electronic communications networks and associated facilities, and 2002/20/EC on the authorisation of electronic communications networks and services

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 zajedničku 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.

Zakonom o elektronskim komunikacijama (Sl.list Crne Gore, broj 50/2008) u članu 8 utvrđena je, između ostalih, nadležnost Agencije da vrši nadzor tržišta, utvrđuje operatore sa značajnom tržišnom snagom i preduzima preventivne mjere za spriječavanje negativnih efekata značajne tržišne snage operatora.

ZEK-om je propisano da se prilikom određivanja relevantnih tržišta iz stava 1 člana 41. uzima u obzir praksa Evropske unije, što pznači da se bez dokazivanja kumulativne ispunjenosti tri kriterijuma (Test tri kriterijuma), može vršiti ex-ante regulacija samo onih 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 tri kriterijuma, u skladu sa članom 41 ZEK, Agencija je u mogućnosti da vrši ex-ante regulaciju, kako preostalih tržišta koja su bila sastavni dio stare Preporuke o relevantnim tržištima, tako i bilo kojih drugih tržišta koja su specifična za područje elektronskih komunikacionih mreža i usluga u Crnoj Gori. Stoga je Agencija, saglasno ovom članu, utvrdila Odluku kojom se određuju relevantna tržišta usluga na koja se primjenjuje test tri kriterijuma.

Relevantna tržišta usluga, u smislu ove Odluke, su slijedeća:

1. Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji,
2. Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji,
3. Veleprodajno tržište trunk segmenata iznajmljenih linija,

4. Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža.
5. Veleprodajno tržište prenosa i emisije radio difuznih signala.

S obzirom da veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža nije sastavni dio nove Preporuke o relevantnim tržištima, a bilo je kao treće i peto 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.

U cilju određivanja relevantnog tržišta, ovim dokumentom Agencija će utvrditi relevantno tržište usluga, kao i geografsku dimenziju utvrđenog relevantnog tržišta. Ovaj postupak će se sprovesti shodno Smjernicama Evropske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage, a u skladu sa zajedničkim regulatornim okvirom za elektronske komunikacione mreže i usluge, kao i relevantnom pravnom praksom Evropske unije iz područja tržišne konkurencije.

Nakon određivanja predhodno navedenih dimenzija 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.

Shodno članu 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 redoslijed 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 veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža.

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.

U skladu s navedenim, a sa ciljem prikupljanja svih potrebnih podataka, Agencija je na osnovu pretpostavki i iskustava iz zemalja Evropske unije, izradila i 18.04.2011. godine poslala upitnik u pisanom i elektronskom obliku, sa rokom dostavljanja popunjenih upitnika od mjesec dana, operatorima koji su upisani u Registru operatora, prema tabeli:

R.Br.	Naziv operatora
1.	Crnogorski Telekom a.d. Podgorica
2.	Telenor d.o.o. Podgorica
3.	Društvo za telekomunikacije MTEL d.o.o. Podgorica

Nakon prijema popunjenih upitnika, Agencija je otpočela sa sprovođenjem Testa tri kriterijuma na veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža.

2. DEFINISANJE RELEVANTNOG TRŽIŠTA

Utvrđivanje relevantnog tržišta predstavlja osnovu za sprovođenje testa tri kriterijuma te, u slučaju da su isti kumulativno zadovoljeni, i sprovođenja analize tržišta, koja se sastoji od određivanja relevantnog tržišta i procjene postojanja jednog ili više operatora sa značajnom tržišnom snagom na tom tržištu te određivanja regulatornih obaveza operatorima sa značajnom tržišnom snagom.

2.1 *Određivanje granica relevantnog tržišta za potrebe sprovođenja testa tri kriterijuma*

Smisao procesa određivanja relevantnog tržišta je utvrditi ograničenja odnosno prepreke sa kojima se na tržištu suočavaju operatori elektronskih komunikacija. U procesu određivanja relevantnog tržišta odnosno granica samog tržišta, Agencija je obavezna odrediti dimenziju usluga i geografsko tržište, vodeći naročito računa o relevantnim Smjernicama Evropske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage, te o relevantnoj pravnoj tekovini Evropske unije iz područja tržišne konkurencije.

Pri određivanju relevantnog tržišta odnosno dimenzije usluga polazi se od utvrđivanja zamjenjivosti ponude i zamjenjivosti potražnje. Zamjenjivost ponude i potražnje moguće je utvrditi pomoću testa hipotetičkog monopola, pomoću kojeg je potrebno ocijeniti kako će korisnici i konkurencija reagovati ako dode do malog, ali značajnog, trajnog povećanja cijena.

2.1.1 Tržište javnih mobilnih telefonskih mreža u Crnoj Gori

U periodu od 01.01.2008. – 31.12.2010., što predstavlja relevantan period za ovu Analizu, u Crnoj Gori postoje tri operatora javnih mobilnih telefonskih mreža koja nude elektronske komunikacijske usluge na komercijalnoj osnovi i to su: Crnogorski telekom ad. Podgorica, Telenor doo. Podgorica i M-Tel doo. Podgorica.

Sva tri operatora koja posluju na tržištu potpisala su ugovor o međusobnom povezivanju čime je omogućena direktna komunikacija njihovih korisnika.

Operatori Crnogorski telekom ad. Podgorica, Telenor doo. Podgorica i M-Tel doo. Podgorica svoje usluge nude na čitavom području Crne Gore.

2.1.2 Relevantno tržište u dimenziji usluga

2.1.2.1 Zamjenljivost na strani potražnje – maloprodajni nivo

Kako je u relevantnim Smjernicama Evropske komisije i navedeno, prije definisanja dimenzije usluga i geografske dimenzije veleprodajnih tržišta, potrebno je utvrditi zamjenjivost na strani potražnje na maloprodajnom nivou, s obzirom da iz iste proizlazi potražnja za uslugama na

veleprodajnoj nivou, a u ovom slučaju potražnja za uslugom pristupa i započinjanja (originacije) poziva **iz javnih mobilnih telefonskih mreža**.

Krajnji korisnici pristup u mobilnim mrežama, s ciljem korišćenja usluga, ostvaruju kupnjom SIM kartice od odabranog pristupnog operatora. SIM kartica, osim pristupa mreži, krajnjim korisnicima omogućava i upućivanje svih vrsta odlaznih poziva, obzirom da krajnji korisnici ne žele biti ograničeni u vrsti poziva koju žele uputiti. Korisnik, koji želi uputiti poziv iz mobilne mreže, prvenstveno mora ostvariti pristup mobilnoj mreži na način da postane postpaid korisnik (eng. *post-paid customer*) ili prepaid korisnik (eng. *pre-paid customer*). Korisnik od odabranog pristupnog operatora dobija prethodno navedenu uslugu odnosno uslugu koja uključuje pristup mreži i mogućnost odlaznih poziva.

Na osnovu navedenog, operatori mobilnih mreža u Crnoj Gori, Crnogorski telekom Ad Podgorica, Telenor doo Podgorica i M-Tel doo Podgorica ne nude odvojeno usluge pristupa mreži i odlaznih poziva iz čega proizlazi da krajnji korisnik odabirom bilo kojeg tarifnog paketa/usluge automatski dobija mogućnost pristupa mreži i upućivanja svih vrsta odlaznih poziva. Iz navedenog proizlazi da krajnji korisnici i ne žele navedene usluge kupovati odvojeno odnosno da korisnici uslugu pristupa i odlaznih poziva posmatraju kao integrisane usluge i sa tehničkog i sa ekonomskog aspekta.

Nadalje, krajnji korisnik u slučaju odabira pretplatničkog tarifnog paketa određeni fiksni iznos plaća kroz mjesečnu pretplatu, a drugi dio plaća kroz upućivanje odlaznih poziva po minuti razgovora zavisno o mreži i vrsti poziva koji je uputio. U slučaju da je krajnji korisnik pristup mreži ostvario putem bez pretplatničkog odnosa cijeli iznos za pristup mreži je zapravo „prebačen“ u mogućnost upućivanja poziva na način da su maloprodajne cijene poziva više nego kod poziva koji upućuju krajnji korisnici koji imaju pretplatnički odnos.

U većini slučajeva korisnici su osjetljivi na cijenu usluge koju kupuju te na taj način ograničavaju operatore da podižu cijene svojih usluga. Vezano za tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva, za razliku od tržišta završavanja (terminacije) poziva, operatori nisu u mogućnosti povećavati cijenu svojih tarifnih paketa za postpaid korisnike i prepaid korisnike iz razloga što je velika vjerovatnoća da će korisnici, vidjevši više cijene, odlučiti promijeniti pristupnog operatora.

Posljedično, navedeno povećanje cijene za operatore neće biti profitabilno iz razloga što viši prihod od maloprodajnih cijena neće pokriti gubitke koji će nastati zbog manje baze korisnika odnosno prelaska vlastitih korisnika na ostale operatore mobilnih mreža koji posluju na tržištu.

Na osnovu prethodno navedenog, vidljivo je da su pristup mreži i usluga odlaznih poziva sastavni dio istog tržišta iz čega proizlazi da se svaka pojedina mobilna mreža ne može, kao kod tržišta završavanja (terminacije) poziva, smatrati odvojenim tržištem već da su sve mreže zajedno sastavni dio istog tržišta.

Na osnovu svega prethodno navedenog vidljivo je da se maloprodajne usluge pristupa i poziva (javno dostupna telefonska usluga u mobilnim mrežama), koje se po svojim tehničkim karakteristikama zasnivaju na veleprodajnoj usluzi pristupa i započinjanja (originacije) poziva, odnose na pristup i sve vrste poziva krajnjeg korisnika iz mobilnih mreža, a to su:

- pristup u mobilnoj mreži;
- pozivi na geografske brojeve;
- pozivi na negeografske brojeve (usluge s dodanom vrijednosti);
- pozivi na brojeve u mobilnim mrežama;
- pozivi na brojeve posebnih službi i usluga (kratki kodovi);
- pozivi na međunarodne brojeve;
- pozivi iz inostranstva (eng. *international roaming calls*).

Sve gore navedene vrste poziva za krajnjeg korisnika nisu međusobno zamjenjive usluge, već ih se gleda kao cjelinu, odnosno gleda ih se sa stanovišta mogućnosti da krajnji korisnik nekog operatora, ostvarivanjem pristupa mreži kod nekog od operatora, ima mogućnost ostvariti sve gore navedene vrste poziva.

Na osnovu navedenog, a uzimajući u obzir potrebu analize maloprodajnog nivoa kao temelja za određivanje tržišta na veleprodajnom nivou, i imajući u vidu da je usluga započinjanja (originacije) poziva preduslov za pružanje pristupa i javno dostupne telefonske usluge u mobilnoj mreži krajnjim korisnicima, Agencija je razmotrila i druge načine komunikacije kao moguće zamjenske usluge pozivima iz mobilnih mreža te razmotrila je li se sve prethodno navedene vrste poziva i eventualne zamjenske usluge, koje su objašnjene niže u dokumentu, odnose na poslovne i rezidencijalne korisnike te postpaid korisnike i prepaid korisnike.

a) Pozivi započeti u fiksnim mrežama kao zamjenska usluga pozivima započetim u mobilnim mrežama

U slučaju da određeni operator mobilnih mreža poveća maloprodajne cijene pristupa i odlaznih poziva, krajnji korisnik će biti prisiljen potražiti uslugu koja bi mogla zamijeniti prethodno pomenute usluge. Potencijalna zamjenska usluga bi mogao biti pristup i odlazni poziv kod operatora fiksne mreže. Međutim, pozivi s fiksnih brojeva ignorišu osnovni princip mobilnih brojeva, a to je da su oni po svojoj prirodi *mobilni* odnosno nisu vezani za tačno određenu lokaciju. Drugim riječima, operatori fiksnih mreža omogućavaju krajnjem korisniku da pristupi mreži i uputi poziv samo na lokaciji fiksnog telefona odnosno fiksnoj lokaciji dok operatori mobilnih mreža krajnjem korisniku omogućavaju pristup mreži i mogućnost upućivanja poziva nezavisno od lokacije. Isto tako, krajnji korisnici žele imati pristup mreži operatora mobilnih mreža nezavisno što već imaju pristup mreži preko operatora fiksne mreže.

U skladu s prethodno navedenim, stav Agencije je da se pozivi s fiksnih brojeva *ne mogu smatrati* zamjenskom uslugom pozivima s mobilnih brojeva odnosno da krajnji korisnik u slučaju povećanja cijena neće pristup mreži kod operatora mobilnih mreža zamijeniti pristupom mreži kod operatora fiksne mreže.

b) SMS usluge

U trenutku kada korisnik ostvari pristup mreži on zapravo ostvari pristup koji mu omogućava i upućivanje poziva i slanje SMS poruka. SMS poruke se od poziva razlikuju u sljedećem:

- SMS poruka može prenijeti limitirani broj znakova po poruci (160 alfanumeričkih znakova);

Obzirom da u Crnoj Gori prosječan razgovor po korisniku traje oko dva minuta, Agencija je mišljenja da 160 znakova u poruci ne može biti zamjenska usluga prosječnom razgovoru koji traje oko tri minute.

- SMS poruke ne prenose se u realnom vremenu;
- Kod prenosa SMS poruke, za razliku od govornih poziva, postoji kašnjenje u prenosu obzirom da se prenos SMS poruke odvija po principu „sačuvaj i prosljedi“.

Na osnovu prethodno navedenih razlika vidljivo je da će korisnik u određenim slučajevima poput dužih konverzacija koristiti poziv umjesto SMS poruka. Iz navedenog je vidljivo da se navedene usluge ne mogu smatrati zamjenskom uslugom.

SMS poruke operatori mobilnih mreža u Crnoj Gori nude postpaid korisnicima ili prepaid korisnicima unutar svih tarifnih paketa zajedno s govornim uslugama. Drugim riječima, svaki korisnik operatora mobilnih mreža ima mogućnost i da uputi poziv i pošalje SMS poruku.

U skladu s prethodno navedenim, stav Agencije je da se usluga upućivanja poziva i slanja SMS poruke *mogu smatrati komplementarnim uslugama* odnosno, sa strane krajnjeg korisnika, smatraju se dijelom istog maloprodajnog tržišta. Drugim riječima, Agencija navedene usluge ne smatra dijelom istog tržišta zato što su to komplementarne usluge, već iz razloga što ih krajnji korisnik smatra sastavnim dijelom istog tržišta

c) Neupravljeni pozivi putem internetskog protokola (VoIP) kao zamjenska usluga pozivima započetim u mobilnim mrežama

Usluga prenosa govora putem Internet Protokola (VoIP), obuhvaća sve vrste prenosa govora putem Internet Protokola, a koje mogu biti upravljane i neupravljanje. U slučaju „nevođenih/neupravljanih“ (eng. *non-managed*) poziva govori se o usluzi prenosa govora koja se pruža putem Internet protokola, ali koja u isto vrijeme u jednom svom dijelu prolazi kroz javni Internet (eng. *VoIP*) i kao takva nema zagarantovani kvalitet. Prilikom analize zamjenjivosti potražnje na maloprodajnom nivou važno je napomenuti da navedena usluga nema zagarantovani kvalitet pružanja usluge, odnosno ne odgovara kvalitetu javno dostupne telefonske usluge u mobilnoj mreži, i kao takva *ne predstavlja zamjensku uslugu* pozivima započetim u pokretnim mrežama.

d) Rezidencijalni korisnici i poslovni korisnici

Iako svi postojeći operatori mobilnih mreža Crnogorski telekom ad. Podgorica, Telenor doo. Podgorica i M-Tel doo. Podgorica nude tarifne pakete za postpaid korisnike i prepaid korisnike, po mišljenju Agencije nije moguće razlikovati koji se tarifni paketi odnose na rezidencijalne, a koji na poslovne korisnike. Isto tako, i rezidencijalni i poslovni korisnici u mogućnosti su kupovati/koristiti tarifne pakete za postpaid korisnike i prepaid korisnike te prelaziti s jednih tarifnih paketa na druge bez ili sa vrlo malom dodatnom naknadom. U skladu s navedenim, Agencija će rezidencijalne i poslovne korisnike posmatrati kao dio istog maloprodajnog tržišta.

e) Usluge za postpaid korisnike i prepaid korisnike

U Crnoj Gori postoji znatno više prepaid korisnika nego postpaid korisnika iako je maloprodajna cijena poziva viša kod tarifnih paketa za korisnike bez pretplatničkog odnosa nego s pretplatničkim odnosom. Međutim, osnovni razlog za prethodno navedenu činjenicu je u tome što kod tarifnih paketa bez pretplatničkog odnosa korisnici imaju potpuno kontrolu troškova i ne primaju račun za obavljene usluge elektronskih komunikacija.

U slučaju hipotetskog povećanja cijena u tarifnim paketima bez pretplatničkog odnosa korisnici će prelaziti na tarifne pakete s pretplatničkim odnosom iz razloga što je korist od nižih cijena na tarifnim paketima s pretplatničkim odnosom veća od štete što korisnik nema potpuno kontrolu nad svojim troškovima. Nadalje, navedeno je također moguće iz razloga što ne postoji razlika u kvalitetu usluge između tarifnih paketa s pretplatničkim odnosom i tarifnih paketa bez pretplatničkog odnosa obzirom da se pružaju preko iste infrastrukture.

2.1.2.2 Zamjenjivost na strani ponude – maloprodajni nivo

Operator mobilnih mreža, koji pruža samo uslugu pristupa mreži, može, u slučaju da ostali operatori koji djeluju na tržištu hipotetski povećaju cijene za usluge odlaznih poziva za 5% do 10%, u vrlo kratkom vremenskom razdoblju ponuditi osim usluge pristupa i uslugu odlaznih poziva. Operator je u mogućnosti napraviti navedeno obzirom da se obje usluge nude preko istih mrežnih elemenata.

Međutim, kao što je prethodno u dokumentu navedeno da operatori usluge pristupa i odlaznih poziva nude kao povezane usluge iz razloga što krajnji korisnici ne bi bili u mogućnosti komunicirati ako ne ostvaruju pristup mreži i mogućnost započinjanja (originacije) poziva, mogućnost navedene zamjenjivosti u praksi je vrlo mala. Na osnovu prethodnog navedenog Agencija je mišljenja da usluge pristupa mreži i upućivanja poziva treba posmatrati kao dio istog maloprodajnog tržišta.

a) Pozivi započeti u fiksnim mrežama kao zamjenska usluga pozivima započetim u mobilnim mrežama

U slučaju da operatori mobilnih mreža hipotetski povećaju za 5% do 10% cijenu mobilnih poziva potrebno je razmotriti mogućnost mogu li postojeći operatori fiksnih mreža započeti nuditi mobilne usluge. Po mišljenju Agencije, a uzevši u obzir ulaganja u vremenskom razdoblju na koje se odnosi analiza navedena zamjenjivost se neće ostvariti.

b) SMS usluge

Operator mobilnih mreža u mogućnosti je ponuditi niz maloprodajnih usluga umjesto individualnih usluga u slučaju da ostali operatori koji djeluju na tržištu hipotetski povećaju za 5% do 10% cijene maloprodajnih usluga koje nude. Drugim riječima, u slučaju da ostali operatori povećaju cijene za uslugu slanja SMS poruka, operator koji ne nudi uslugu slanja SMS poruka će biti u mogućnosti u kratkom vremenskom razdoblju ponuditi navedenu uslugu na tržištu iz razloga što navedeno od operatora ne bi zahtijevalo visoka dodatna ulaganja.

Medutim, obzirom da operatori svoje usluge nude kao povezane proizvode kako bi privukli korisnike u vlastitu mreži, mogućnost pojave zamjenjivosti na individualnim osnovama je vrlo mala.

Na osnovu prethodnog navedenog Agencija je mišljenja da govorne usluge i SMS poruke treba posmatrati kao dio istog maloprodajnog tržišta.

c) Usluge za prepaid korisnike i postpaid korisnike

U slučaju da jedan od operatora na tržištu hipotetski poveća cijene usluga za prepaid korisnike, ostali operatori koji nude usluge za prepaid korisnike mogu vrlo lako ponuditi usluge po cijenama iz kojih će biti vidljivo da operator koji je povećao cijene svojih usluga neće od toga uspjeti profitirati. Takođe, u slučaju da neki operator ne nudi prepaid usluge moći će u kratkom vremenskom razdoblju ponuditi po atraktivnijoj cijeni prepaid usluge. Medutim u praksi je mogućnost da se prethodno navedeno dogodi vrlo mala jer svi operatori nude i usluge za postpaid korisnike i prepaid korisnike.

2.1.2.3 Zaključak

Na osnovu analize zamjenjivosti na strani ponude i potražnje na maloprodajnom nivou vidljivo je da podjela tržišta na tržište prepaid korisnika i tržište postpaid korisnika nije potrebna iz razloga što korisnici mogu vrlo jednostavno mijenjati tarifne pakete odnosno bez ikakvih poteškoća mogu preći s tarifnog paketa koji uključuje pretplatnički odnos na tarifni paket koji ne uključuje pretplatnički odnos i obrnuto. Isto tako, nije potrebna podjela tržišta na poslovne i rezidencijalne korisnike iz razloga što korisnici neće biti zainteresovani za promjenu tarifnog paketa dok god postojeći tarifni paket zadovoljava njihove komunikacione potrebe.

U skladu s prethodno navedenim, maloprodajno tržište, koje je jedinstveno za rezidencijalne i poslovne korisnike te korisnike s pretplatničkim odnosom i korisnike bez pretplatničkog odnosa, sastoji se od sljedećih usluga:

- pristup u mobilnoj mreži preko infrastrukturnog operatora
- pozivi na geografske brojeve;
- pozivi na negeografske brojeve (usluge s dodatnom vrijednosti);
- pozivi na brojeve u mobilnim mrežama;
- pozivni brojevi posebnih službi i usluga (kratki kodovi);
- pozivi na međunarodne brojeve;
- pozivi iz inostranstva (eng. *international roaming calls*);
- slanje svih vrsta SMS poruka.

Drugim riječima, Agencija zaključuje da potražnja za uslugom pristupa i započinjanja (originacije) poziva na veleprodajnom nivou proizlazi iz:

- potražnje krajnjih korisnika za uslugama svih vrsta poziva i slanja svih vrsta SMS poruka koje se nude preko operatora koji posjeduje vlastitu infrastrukturu;

2.2 Zamjenjivost na strani potražnje – veleprodajni nivo

Na veleprodajnom nivou svaki operator mobilnih mreža želi imati pristup mreži i mogućnost da započinje (originira) sve vrste poziva kako bi na maloprodajnom nivou navedene usluge mogao ponuditi skupa s obzirom da krajnji korisnici, navedene usluge posmatraju kao integrisane usluge. Drugim riječima, operatorima na veleprodajnom nivou usluge pristupa i započinjanja (originacije) poziva predstavljaju integrisane usluge, kao što na maloprodajnom nivou krajnji korisnici navedene usluge gledaju kao integrisane usluge.

Postoje četiri osnovna elementa koja su potrebna za pružanje mobilnih usluga na maloprodajnom nivou, a to su pristup mreži, započinjanje (originacija) poziva, usluga prenosa poziva (eng. *call conveyance*) te usluga završavanja (terminacije) poziva. Neki od ostalih dodatnih elemenata potrebnih za pružanje maloprodajnih mobilnih usluga uključuju signalizaciju i uslugu naplate.

Prilikom određivanja relevantnog tržišta na veleprodajnoj nivou Agencija je obratila pažnju na sljedeća pitanja:

- a) Jesu li veleprodajne usluge koje se pružaju preko različitih mobilnih mreža sastavni dio istog relevantnog tržišta?
 - b) Treba li usluga za vlastite potrebe (eng. *self-supply*) biti uključena u relevantno tržište zajedno s ostalim veleprodajnim uslugama koja se pružaj trećoj strani?
-
- a) Jesu li veleprodajne usluge koje se pružaju preko različitih mobilnih mreža sastavni dio istog relevantnog tržišta?**

Na veleprodajnom nivou operatori žele imati pristup mreži i mogućnost započinjanja (originacije) svih vrsta poziva s ciljem da navedene usluge ponude krajnjim korisnicima koji navedene usluge posmatraju kao integrisane usluge. Dalje, operator kojem su nužne prethodno navedene usluge, kako bi mogao ponuditi svoje usluge na maloprodajnom nivou, pristupnog operatora bira na osnovu njegove geografske pokrivenosti ili tržišnog udjela po broju korisnika.

Novim operatorima koji ulaze na tržište dovoljno je da im samo jedan od postojećih operatora na tržištu ponudi uslugu pristupa i započinjanja (originacije) poziva kako bi svoje usluge mogli ponuditi na maloprodajnom nivou. Na osnovu navedenog, Agencija je mišljenja da su veleprodajne usluge koje se mogu pružati preko različitih mobilnih operatora sastavni dio istog relevantnog tržišta.

- b) Treba li usluga za vlastite potrebe (eng. *self-supply*) biti uključena u relevantno tržište zajedno s ostalim veleprodajnim uslugama koja se pruža trećoj strani?**

Potrebno je utvrditi postoji li određena mogućnost konkurentskog pritiska s maloprodajnog nivoa na određivanje veleprodajne cijene usluge pristupa i započinjanja (originacije) poziva.

Naime, na tržištu mogu postojati operatori koji pružaju maloprodajne usluge pristupa i odlaznih poziva putem veleprodajnih usluga pristupa i započinjanja (originacije) poziva koju ostvaruju preko postojećeg operatora na tržištu.

Ukoliko „operator A“, koji pruža veleprodajnu uslugu započinjanja (originacije) poziva, poveća cijenu iste, maloprodajna cijena usluge „operatora B“, koji veleprodajno od njega uzima uslugu pristupa i započinjanja (originacije), će se takođe povećati iz razloga što će „operator B“, na neki način morati, prebaciti povećanje veleprodajnih troškova na krajnje korisnike.

Krajnji korisnici „operatora B“ će se suočiti s povećanjem cijene maloprodajne usluge temeljene na veleprodajnoj usluzi pristupa i započinjanja (originacije) poziva te će početi mijenjati tarifne pakete koje koriste na način da će ići na one tarifne pakete u kojima su povoljnije cijene. Cijene neće biti povoljnije za usluge koje se temelje na veleprodajnoj usluzi započinjanja (originacije) poziva, već na usluzi koja se pruža putem vlastite pristupne infrastrukture (eng. *self supply*).

Slijedom navedenog, vidljivo je da na osnovu zamjenjivosti potražnje na maloprodajnom nivou dolazi do određenog pritiska na odluku „operatora A“ iz razloga što će, u slučaju povećanja cijene veleprodajne usluge započinjanja (originacije) poziva, korisnici „operatora B“ početi prelaziti na maloprodajne usluge drugih operatora što će zapravo „operatora A“ dovesti do smanjenja prodaje veleprodajne usluge pristupa i započinjanja (originacije) poziva.

Drugim riječima, „operator B“ će veleprodajnu uslugu pristupa i započinjanja poziva početi kupovati od nekog drugog operatora koji, saglasno prethodno navedenom u dokumentu, djeluje na istom relevantnom tržištu.

Na osnovu navedenog, Agencija je odlučila u određivanje tržišta uključiti i usluge započinjanja (originacije) poziva svih operatora na tržištu, koje se pružaju za vlastite potrebe u svrhu pružanja usluga krajnjim korisnicima.

2.3 Zamjenjivost na strani ponude – veleprodajni nivo

- a) Jesu li veleprodajne usluge koje se pružaju preko različitih mobilnih mreža sastavni dio istog relevantnog tržišta?**

Kao što je prethodno u dokumentu već rečeno, svaki operator koji djeluje na tržištu je u mogućnosti u slučaju hipotetskog povećanja veleprodajnih usluga drugog operatora na tržištu u mogućnosti u kratkom vremenskom razdoblju i bez visokih dodatnih troškova ponuditi, zavisno o poslovnom modelu, potrebnu veleprodajnu uslugu.

Iz navedenog proizlazi zaključak da su veleprodajne usluge koje se mogu pružati preko različitih mobilnih operatora sastavni dio istog relevantnog tržišta.

- b) Treba li usluga za vlastite potrebe (eng. *self-supply*) biti uključena u relevantno tržište zajedno s ostalim veleprodajnim uslugama koja se pruža trećoj strani?**

Agencija je mišljenja da je za operatore koju kupuju veleprodajno uslugu pristupa i započinjanja (originacije) poziva, u slučaju da operatori od kojih kupuju usluge povećaju cijene veleprodajnih usluga pristupa i započinjanja (originacije) poziva vrlo teško u kratkom vremenskom razdoblju odnosno u vremenskom razdoblju na koje se odnosi analiza početi nuditi navedene usluge preko vlastite infrastrukture. Naime, izgradnja vlastite pristupne mreže iziskuje visoka ulaganja ne osnovu čega Agencija zaključuje da ne postoji zamjenjivost na strani ponude.

2.4 Dodatni činilac koji utiče na određivanje relevantnog tržišta u dimenziji usluga

2.4.1 Mreže treće generacije (3G)

U Crnoj Gori postoje tri operatora mobilnih mreža. Agencija je u 2007. godini na osnovu provedenih javnih tendera donijela odluku o davanju novih koncesija u mobilnim mrežama i to na način da je dodijelila dvije koncesije za UMTS postojećim operatorima na tržištu, T-Com-u i Telenor-u, te jednu kombinovanu koncesiju novom operatoru na tržištu MTel koja je uključivala GSM i UMTS. U skladu s navedenim, svi operatori na tržištu imaju mogućnost pružati svoje usluge preko 2G i 3G tehnologije. 2G i 3G mobilni uređaji podržavaju govorne pozive te slanje i primanje SMS poruka. Na osnovu navedenog, korisnik mobilnog uređaja, koji podržava 2G tehnologiju, u mogućnosti je nazvati ili poslati SMS poruku korisniku koji koristi mobilni uređaj koji podržava 3G tehnologiju i obrnuto. Navedeno takođe znači da odabir uređaja s kojeg će poziv započeti (originirati) nema nikakav uticaj na samu uslugu odnosno odlazni poziv. U praksi, korisnik mobilnih mreža u trenutku kada upućuje poziv ne mora znati je li njegov mobilni uređaj podržava 2G ili 3G tehnologiju. Rezultat navedenog je da će korisnik za ostvarivanje poziva odnosno započinjanje (originaciju) poziva platiti istu naknadu nezavisno od tehnologije s koje je poziv uputio.

Agencija na osnovu prethodno navedenog odnosno na osnovu principa tehnološke neutralnosti smatra da ne postoji razlika između poziva koji je započeo u 3G mreži u odnosu na poziv koji je započeo u 2G mreži iz čega proizlazi da se navedene tehnologije smatraju zamjenskom uslugom na strani potražnje odnosno dijelom istog tržišta.

2.5 Relevantno tržište u geografskoj dimenziji

Relevantno tržište u geografskoj dimenziji obuhvaća sva područja u kojima određeni operatori pružaju usluge pod istim uslovima, odnosno, sva područja u kojima postoje istovrsni uslovi tržišnog nadmetanja.

U skladu sa Direktivama 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.

Na osnovu gore navedenog, a uzimajući u obzir analizu zamjenjivosti usluge započinjanja (originacije) poziva na maloprodajnoj i veleprodajnoj nivou, Agencija zaključuje da je relevantno

tržište u geografskoj dimenziji za pružanje navedene usluge u opsegu nacionalno, odnosno, relevantno tržište u geografskoj dimenziji čini cijelu teritoriju Crne Gore. Navedeni zaključak se temelji na činjenici da svi operatori mobilnih mreža u Crnoj Gori imaju dozvolu za obavljanje elektronskih komunikacijskih usluga u mobilnim mrežama te, prema saznanjima kojima raspolaže Agencija, svi pružaju usluge međupovezivanja na cijeloj teritoriji Crne Gore. Isto tako, usluge se zavisno o regijama ne razlikuju cjenovno, odnosno pružaju se pod istim uslovima i cijenama na cijeloj teritoriji Crne Gore. Isto tako, pravni i regulatorni okvir mjerodavan za predmetne usluge, odnosno pravni i regulatorni okvir vezan uz područje elektronskih komunikacija, je isti na cijeloj teritoriji Crne Gore.

2.6 Stav nadležnog regulatornog tijela o određivanju relevantnog tržišta

Na osnovu svega navedenog, Agencija je utvrdila da se relevantno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz mobilnih javnih komunikacijskih mreža sastoji od sljedećih usluga:

- Usluga omogućavanja svih vrsta pristupa od strane operatora mobilnih mreža (eng. *MNO*);
- Usluga pristupa za vlastite potrebe i usluga započinjanja (originacije) poziva i SMS poruka u vlastitu mrežu i mreže drugih operatora koje se pružaju za vlastite potrebe.

Relevantno tržište započinjanja (originacije) poziva jedinstveno je za sve operatore mobilnih mreža odnosno svi operatori mobilnih mreža nude prethodno navedene veleprodajne usluge na istom tržištu.

Prethodno navedeno tržište uključuje započinjanje (originaciju) poziva i SMS poruka u mobilnim mrežama nezavisno je li poziv upućen ili SMS poruka poslana s mobilnog uređaja koji podržava 2G ili 3G tehnologiju.

Agencija određuje da je relevantno tržište u geografskoj dimenziji za usluge pristupa i započinjanje (originaciju) poziva iz mobilnih javnih komunikacijskih mreža koju nude operatori Crnogorski Telekom, Telenor i Mtel cijela teritorija Crne Gore.

Relevantno tržište ne uključuje veleprodajne usluge međunarodnog roaminga iz razloga što se na osnovu Preporuke Evropske komisije o relevantnim tržištima iz 2002. godine tržište međunarodnog roaminga smatra posebnim tržištem.

3. TEST TRI KRITERIJUMA

Relevantna Preporuka iz 2003. godine sadržavala je 18 tržišta koja su bila podložna prethodnoj regulaciji što znaci 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 izmijenjena je na način da umjesto 18 relevantnih tržišta, na osnovu nove Preporuke o relevantnim tržištima, postoji 7 relevantnih tržišta koja su podložna prethodnoj regulaciji. Tržišta koja više nisu sastavni dio 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).

Tržište „**Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža**“, koje je na osnovu stare Preporuke o relevantnim tržištima bilo smješteno na 15. mjestu od 18 relevantnih tržišta koja su bila navedena u toj Preporuci, nije sastavni dio nove Preporuke o relevantnim tržištima. Na osnovu navedenog Agencija može prethodno regulisati navedeno tržište jedino u slučaju da su istovremeno zadovoljena sljedeća tri kriterijuma:

- 1) prisutnost visokih i trajnih barijera za ulazak na tržište, strukturne, pravne ili regulatorne prirode;
- 2) struktura tržišta koja ne teži razvoju efikasne tržišne konkurencije unutar odgovarajućeg vremenskog okvira;
- 3) primjena relevantnih propisa o zaštiti tržišnog nadmetanja sama po sebi ne omogućuje na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu.

3.1 Prvi kriterijum: prisutnost visokih i trajnih barijera za ulazak na tržište, strukturne, pravne ili regulatorne prirode

U skladu s Preporukom Evropske komisije dvije vrste barijera su ključne prilikom određivanja postoje li visoke i trajne barijere ulaska na to tržište:

- strukturne barijere;
- pravne ili regulatorne barijere.

Prvi kriterijum je statički kriterijum odnosno kriterijum na osnovu kojeg je Agencija u mogućnosti procijeniti je li u tačno određenom trenutku postoje visoke i trajne strukturne i pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište.

Prijetnja od ulaska na tržište, nezavisno ulazi li novi operator na tržište na kraći ili duži vremenski period, predstavlja glavni pritisak od strane potencijalne konkurencije na postojeće operatore na tržištu. U slučaju kada postoje barijere ulaska na tržište odnosno u situaciji u kojoj su izgrađene barijere ulaska na tržište smanjuje se postojećim operatorima na tržištu i prijetnja od ulaska novih operatora. Na osnovu navedenog, može se zaključiti da utvrđivanjem postoje li visoke i trajne barijere ulaska na određeno tržište, Agencija omogućava razvoj efikasne konkurencije na tom tržištu.

3.1.1 Strukturne barijere ulaska na tržište

Na osnovu Preporuke Evropske komisije iz 2002. Godine, regulatornim tijelima prilikom određivanja postoje li na tržištu visoke i trajne barijere ulaska mogu pomoći sljedeći kriterijumi koji ne moraju biti kumulativno zadovoljeni:

- tehnološka prednost ili nadmoć;
- nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke barijere razvoju infrastrukturne konkurencije;
- jednostavan ili povlašćen pristup tržištima kapitala ili novčanim izvorima;
- ekonomija opsega;
- ekonomija razmjera;
- stepen vertikalne integracije;
- prepreke razvoju distributivno-prodajne mreže;
- stepen diversifikacije proizvoda.

S obzirom da na tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz mobilnih javnih komunikacionih mreža su zastupljena tri operatora, koji imaju sopstvenu infrastrukturu i pokrivaju cijelu teritoriju Crne Gore, a imajući u vidu da u relevantnim period nije postojao nacionalni roving, potencijalni novi operator bi imao značajnu barijeru prilikom uspostavljanja sopstvene mreže.

Shodno navedenom Agencija je mišljenja da na tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz mobilnih javnih komunikacionih mreža postoje visoke i trajne strukturne barijere za ulazak na tržište.

3.1.2 Pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište

Na osnovu Preporuke Evropske komisije, pravne ili regulatorne barijere 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 (eng. ERG)³⁰, glavne pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište odnose se na sljedeće:

- potreba za administrativnom odlukom odnosno dozvolom kako bi se moglo započeti s komercijalnim radom;
- ograničenja i uslovi povezani uz upotrebu radiofrekvencijskog spektra;
- uticaji načina na koji je postavljena regulacija na nove operatore koji planiraju ući na tržište.

a) Potreba za administrativnom odlukom odnosno dozvolom kako bi se moglo započeti s komercijalnim radom

Zakon o elektronskim komunikacijama je objavljen u Službenom listu RCG broj 89/2008, 19 avgusta 2008 godine i stupio je na snagu 8 dana od dana objavljivanja. Shodno članu 31 ovog zakona za početak korišćenja javnih elektronskih komunikacionih mreža ili pružanja javnih elektronskih komunikacionih usluga dovoljno je podnijeti Agenciji prijavu u pisanoj formi koja sadrži propisane elemente, a Agencija je u roku od 7 dana, nakon uredne prijave, dužna da upiše operatora u Registar. Prijava povlači sljedeća plaćanja: jednokratnu naknadu za upis u registar, koja odgovara stvarnim troškovima upisa, redovnu godišnju naknadu za troškove regulacije i nadzora tržišta u sektoru elektronskih komunikacija (ova naknada ne obuhvata troškove koje Agencija ima u sprovođenju odredbi zakona koje se odnose na korišćenje ograničenih resursa frekvencija i numeracija i adresa.

Zakonom o telekomunikacijama iz 2000 godine za dobijanje dozvole-licence za građenje, eksploataciju i pružanje telekomunikacionih servisa bilo je potrebno platiti jednokratnu naknadu, čija visina je zavisila od vrste licence koja se izdaje (opšta ili posebna) i jednokratnu naknadu za registraciju koja je odgovarala stvarnim troškovima upisa. Korisnici posebne licence su takodje plaćali godišnju naknadu koja je pokrivala troškove regulacije i nadzora tržišta i troškove koje je Agencija imala u regulaciji i nadzoru korišćenja ograničenih resursa.

b) Ograničenja i uslovi povezani uz upotrebu radiofrekvencijskog spectra

U Crnoj Gori frekvencijski spektar ima slobodnih kapaciteta. Naime, frekvencijski spektar GSM 900 ima slobodnih 26 kanala, dok frekvencijski spektar GSM/DCS 1800 ima 70 slobodnih kanala. Takode, na tržištu su slobodna i 3 kanala UMTS(3G).

Iz toga proizlazi mogućnost ulaska četvrtog operatora mobilnih mreža koji bi nudio usluge na 2G/3G tehnologiji.

Agencija je mišljenja da na tržištu u ovom trenutku ne postoje visoke i trajne pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište obzirom da postoji mogućnost ulaska novih operatora koji svoje usluge mogu nuditi i na 2G i na 3G tehnologiji.

c) Uticaji načina na koji je postavljena regulacija na nove operatore koji planiraju da uđu na tržište

Shodno Zakonu o telekomunikacijama i Pravilniku o utvrđivanju visine naknade za registraciju i naknada za licence telekomunikacionih operatora i pružalaca telekomunikacionih servisa iz 2002, koji je bio na snazi do stupanja na snagu Zakona o elektronskim komunikacijama, operatori koji su za pružanje telekomunikacionih servisa trebali posebnu licencu, koja je podrazumijevala korišćenje ograničenih resursa, bili su obavezni, platiti:

- troškove registracije (odgovaraju troškovima prijave iz Zakona o elektronskim komunikacijama),
- jednokratnu naknadu za izdavanje posebne licence, koja ako nosioci posebne licence po prvi put stiču to pravo se utvrđuje prema najpovoljnijoj ponudi u postupku javnog

tendera. Minimalni iznos te naknade je utvrđivalo resorno ministarstvo. Primjera radi MTEL je za dobijanje posebne licence platio 16.000.000,00 Eur-a. (Zakon o elektronskim komunikacijama također propisuje mogućnost izdavanja odobrenja za korišćenje ograničenih resursa na osnovu tendera ali samo u slučaju da procijeni da opredijeljene radio frekvencije nijesu dovoljne za zainteresovane strane. Takav tender sadrži minimalnu cijenu. Inače se frekvencije, shodno Zakonu o elektronskim komunikacijama, izdaju samo na zahtjev, uz plaćanje troškova obrade zahtjeva, koja naknada je postojala i u starom regulatornom režimu)

- naknadu utvrdjenu tom licencom u iznosu od 1% ukupnih mjesečnih prihoda.(shodno Zakonu o elektronskim komunikacijama se dakle plaćaju: godišnja naknada za regulaciju i nadzor tržišta do 1,5%, godišnja regulatorna naknada za korišćenje radio frekvencija, godišnja regulatorna naknada za korišćenje numeracija I adresa)

Dakle, procedure i plaćanja za samo počinjanje pružanja elektronskih komunikacionih servisa su jednostavnije i jeftinije u odnosu na stari regulatorni okvir. Godišnje naknade koje se plaćaju na bazi pružanja servisa i korišćenja ograničenih servisa, shodno Zakonu o elektronskim komunikacijama su u principu u granicama visine godišnje naknada iz starog regulatornog režima. Iako je Zakon o elektronskim komunikacijama dao mogućnost da godišnja naknada za regulaciju i nadzor tržišta može ići do 1,5% godišnjih prihoda operatora u prethodnoj godini, Agencija na ime ove naknade, od dana stupanja na snagu Zakona, nije obračunala iznos veći od 1%. Odnosno, za 2009, 2010 i 2011 na ime ove naknade je obračunato manje od 1% ukupnih prihoda operatora.

Na osnovu navedenog, vidljivo je da je novim operatorima koji žele ući na tržište znatno olakšan ulazak na tržište iz čega Agencija zaključuje da ne postoje visoke i trajne pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište.

Shodno navedenom Agencija smatra da je, s obzirom da postoje strukturne barijere, da je ispunjen prvi kriterijum.

3.2 Drugi kriterijum: struktura tržišta koja ne teži razvoju efikasne tržišne konkurencije unutar odgovarajućeg vremenskog okvira

Prvi kriterijum koje je obrađen u prethodnom poglavlju ovog dokumenta, je statički kriterijum odnosno kriterijum na osnovu kojeg je Agencija u mogućnosti procijeniti je li u tačno određenom trenutku postoje visoke i trajne strukturne i pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište.

Drugi kriterijum je dinamički kriterijum odnosno na osnovu tog kriterijuma Agencija je u mogućnosti odrediti je li tržište u određenom vremenskom razdoblju teži djelotvornom tržišnom nadmetanju. Iz navedenog je vidljivo da su prva dva kriterijuma međusobno nadopunjuju odnosno Agencija na osnovu oba kriterijuma može izvući zaključak je li nužno prethodno regulisati određeno tržište.

Agencija, kako bi bila u mogućnosti prethodno regulisati određeno tržište, mora dokazati i statički i dinamički kriterijum odnosno mora dokazati da tržište u tačno određenom trenutku i određenom

budućem vremenskom razdoblju ne teži savršenoj konkurenciji odnosno djelotvornom tržišnom nadmetanju.

Na osnovu dokumenta ERG-a vrlo je teško kod drugog kriterijuma odrediti vremensko razdoblje u kojem bi trebalo posmatrati teži li tržište djelotvornom tržišnom nadmetanju odnosno određivanje vremenskog razdoblja predstavlja temelj drugog kriterijuma. Razumno bi bilo zaključiti da bi relevantni vremenski period za procjenu drugog kriterijuma trebalo odgovarati vremenskom razdoblju koji je ili koji će Agencija uzeti u obzir prilikom analize relevantnog tržišta. Agencija je mišljenja da drugi kriterijum treba posmatrati u vremenskom razdoblju od tri godine.

Na osnovu dokumenta ERG-a regulatornim tijelima prilikom određivanja teži li tržište u određenom vremenskom razdoblju djelotvornom tržišnom nadmetanju mogu pomoći sljedeći podkriterijumi koji ne moraju biti kumulativno zadovoljeni:

- tržišno učešće operatora;
- cjenovna kretanja;
- nadzor nad infrastrukturom kod koje postoje visoke barijere razvoju infrastrukturne konkurencije;
- stepen diversifikacije proizvoda;
- potencijalna konkurencija;
- barijere sticanja tržišnog udjela.

Po mišljenju Agencije kod navedenog kriterijuma potrebno je provjeriti je li se tržište i dalje razvija ili su postojeći operatori zadovoljni sa svojom pozicijom na tržištu. Drugim riječima, prvo je potrebno utvrditi je li zaustavljen razvoj tržišta u smislu da su operatori zadovoljni sa svojim tržišnim udjelom te da su cjenovna kretanja stabilna odnosno ne postoji konkurencija na cjenovnoj osnovi, već se cijene održavaju na istom nivou duži vremenski period. Također, nakon utvrđivanja postojećeg stanja potrebno je utvrditi teži li tržište i u posmatranom vremenskom periodu prethodno navedenom.

Agencija je prilikom utvrđivanja drugog, dinamičkog kriterijuma u obzir uzela sljedeće:

Činjenica da je u relevantnom periodu učešće tri operatora ostalo na približno istom nivou, pri čemu nije postojala zainteresovanost za ulazak četvrtog operatora, ukazuje da stanje na relevantnom tržištu ne teži efikasnoj konkurenciji. Nezainteresovanost potencijalnih novih operatora je uslovljena i nepostojanjem mogućnosti nacionalnog rominga u relevantnom periodu. Naime, potencijalni novi operator je onemogućen da koristi pogodnosti prilikom uspostavljanja sopstvene mreže, jer je primoran na značajne inicijalne troškove. S obzirom da postojeća tri operatora već posjeduju sopstvenu mrežu koja pokriva skoro cijelu Crnu Goru, sa približno stabilnim brojem korisnika, postoji mala vjerovatnoća da će potencijalni novi operator imati interesa da investira u izgradnju sopstvene mreže i ponuditi pri tom cijenu usluga koja će biti atraktivna dovoljno da privuče korisnike postojećih operatora.

Shodno navedenom, Agencija smatra da na tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz mobilnih javnih komunikacionih mreža postoje visoke i trajne barijere razvoj efikasne tržišne konkurencije i da je ispunjen drugi kriterijum.

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 daljnjeg 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 Step en 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 nekonkurentnog 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 veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža.

3.3.5 Zaključak o trećem kriterijumu

Na osnovu svih činjenica iznesenih u trećem kriterijumu, Agencija zaključuje da za veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža 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 3.1., 3.2. i 3.3. ovog dokumenta, relevantno veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža je podložno *ex ante* regulaciji i to iz razloga što su kumulativno zadovoljena sva tri kriterijuma mjerila 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 je tržište koje više nije 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. KRITERIJUMI ZA UTVRĐIVANJE TRŽIŠNE SNAGE

Dominantna pozicija na tržištu podrazumijeva da operator, bilo pojedinačno bilo udruživanjem sa drugim subjektima na tržištu, ima značajnu tržišnu snagu ako samostalno ili zajedno sa ostalim operatorima na određenom relevantnom tržištu ima takav ekonomski uticaj koji mu omogućava značajan stepen nezavisnosti u odnosu na njegove konkurente i korisnike. Na taj način se smanjuje efektivna konkurentnost na relevantnom tržištu, pa je Agencija primorana da reaguje nametanjem određenih obaveza operatorima za koje se utvrdi da imaju značajnu tržišnu snagu.

Član 40 stav 2 Zakona o elektronskim komunikacijama definiše da jedan operator ima značajnu tržišnu snagu u skladu sa ovim zakonom, ako samostalno ili zajedno sa drugim operatorima ima dominantan položaj, odnosno položaj koji mu omogućava ponašanje nezavisno od konkurenata, svojih pretplatnika i potrošača. Istim članom su definisani i kriterijumi koji se uzimaju u obzir prilikom procjene pojedinačne tržišne snage.

Saglasno Zakonu, Agencija prilikom procjene pojedinačne značajne tržišne snage uzima u obzir kriterijume koji najbolje odražavaju specifičnosti posmatranog relevantnog tržišta i to:

- Tržišno učešće telekomunikacionog operatora na relevantnom tržištu i izmjene u strukturi u dužem vremenskom periodu;
- Prepreke za ulazak na relevantno tržište i uticaj potencijalne konkurencije na tom tržištu;
- Uticaj velikih korisnika na snagu operatora (kompenzaciona kupovna moć);
- Elastičnost tražnje;
- Trenutno stanje konkurencije na relevantnom tržištu;
- Tehnološka prednost i superiornost;
- Nivo razvijenosti prodajne i distributivne mreže;
- Stepem vertikalne integracije;
- Stepem diferencijacije usluga;
- Privilegovan pristup tržištima kapitala ili finansijskim resursima;
- Da li kontroliše infrastrukturu, čiji se obim ne može lako udvostručiti;
- Povezanost usluga.

Ukoliko je predmet analize procjena da li dva ili više operatora imaju značajnu tržišnu snagu, saglasno Zakonu analiziraju se sljedeći kriterijumi:

- Nivo koncentracije relevantnog tržišta, raspoređivanje tržišnih udjela na relevantnom tržištu i njihovo mijenjanje u dužem periodu;
- Prepreke za ulazak na relevantno tržište i uticaj potencijalne konkurencije na tom tržištu;
- Uticaj velikih korisnika na snagu operatora (kompenzaciona kupovna moć);
- Preglednost relevantnog tržišta;
- Homogenost usluga;

- Elastičnost tražnje;
- Nivo tehnoloških inovacija i tehnološkog razvoja;
- Postojanje prekomjernih slobodnih, odnosno neiskorišćenih kapaciteta;
- Postojanje neformalne ili druge veze između tih operatora;
- Maloprodajni mehanizmi koje primjenjuju operatori kod mjera naknade;
- Postojanje cjenovne konkurencije.

S obzirom da je predmet analize procjena da li dva ili više operatora imaju značajnu tržišnu snagu, saglasno Zakonu analiza je izvršena prema sljedećim kriterijumima saglasno Zakonu o elektronskim komunikacijama.

4.1 Kriterijum 1: Nivo koncentracije relevantnog tržišta, raspoređivanje tržišnih udjela na relevantnom tržištu i njihovo mijenjanje u dužem periodu

Tržišno učešće je kriterijum relativne veličine nekog operatora, odnosno pružaoca usluge na relevantnom tržištu, izračunato na način da se utvrdi procenat u kojem taj operator učestvuje u ukupnoj proizvodnji i/ili prodaji nekog proizvoda i/ili usluge na relevantnom tržištu u određenom vremenskom periodu.

Operator ima značajnu tržišnu snagu ukoliko je njegovo tržišno učešće visoko i stabilno kroz određeni vremenski period. S druge strane, promjenjivi tržišni udjeli pokazatelji su smanjivanja tržišne snage na relevantnom tržištu, a promjene u tržišnim udjelima ogledaju se u promjenama koje su vidljive kroz promjene u prihodu ili broju usluga, koje operator nudi na tržištu.

Tržišno učešće se najčešće koristi kao indikator postojanja značajne tržišne snage. Iako u skladu sa Smjernicama Evropske komisije visoko tržišno učešće nije samo po sebi dovoljna mjera kako bi se utvrdilo postojanje značajne tržišne snage na nekom relevantnom tržištu, malo je vjerovatno da će operator koji nema značajno tržišno učešće imati značajnu tržišnu snagu. 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 slučaja značajne tržišne snage na posmatranom telekomunikacionom tržištu.

U okviru ovog kriterijuma Agencija je analizirala tržišno učešće operatora po broju korisnika, ostvarenom saobraćaju i приходima. S tim u vezi dobijeni su sledeći rezultati u procentima:

Broj korisnika po procentima:

Operator	2008	2009	2010
Telenor	38,21%	37,16%	39,63%
T-Com	36,13%	36,67%	37,00%
M:Tel	25,66%	26,17%	23,37%

Penetracija:

2008	2009	2010
185,51%	208,69%	199,52%

Minuti razgovora:

Operator	2008/2	2009	2010
Telenor	46%	42,8%	44,5%
T-Com	34%	37,5%	36,8%
M:Tel	20%	19,7%	18,7%

Ukupni Prihodi:

Operator	2008	2009	2010
Telenor	38,8%	42,2%	44,2%
T-Com	36,7%	32,8%	30,0%
M:Tel	24,5%	25,0%	25,8%

Takođe, izvršena je analiza koncentracije tržišta. Koncentracija mjeri zajednički tržišni udio jedne ili više firmi u jednu mjeru. Opšte prihvaćena mjera tržišne koncentracije je Herfindal –Hiršmanov index (HHI). On se izračunava tako što se tržišni udio svakog učesnika na tržištu digne na kvadrat i to se sabere. Ovaj index uzima u obzir relativnu veličinu i raspodjelu udjela firmi na tržištu i teži nuli kada se tržište sastoji od velikog broja subjekata slične veličine. Ovaj index se povećava kako broj firmi na tržištu se smanjuje i kada se disparitet u veličini tih subjekata povećava.

Na tržištima na kojima je HHI između 1000 i 1800 smatra se da je to tržište umjereno koncentrisano, a tržišta kod kojih je ovaj index viši od 1800 smatra se da je to tržište visoko koncentrisano.

Crnogorsko tržište karakteriše oligopolna tržišna struktura. Imajući u vidu ove podatke date u tabeli

Operator	2008	2009	2010
Telenor	38,21%	37,16%	39,63%
T-Com	36,13%	36,67%	37,00%
M:Tel	25,66%	26,17%	23,37%

Može se izračunati da za 2008 godinu HHI iznosi 3423, za 2009. 3410 dok je HHI za 2010 godinu 3485. Ovo znači da je tržište visoko koncentrisano u cijelom periodu analize. Iz svega se vidi da se tržište nije mnogo mijenjalo u posmatranom vremenskom periodu.

Potencijanim ulaskom novog operatora broj operatora bi se povećao na 4 i smanjio bi se posmatanii udio ali bi tržište i dalje bilo visoko koncentrisano.

Agencija smatra da visoka koncentracija podstiče koordiniranu praksu sva tri operatora. Osim toga zbog ovakve raspodjele na tržištu svi operatori bi imali prilično koristi zbog koordinirane prakse.

4.2 II Kriterijum: prepreke za ulazak na relevantno tržište i uticaj potencijalne konkurencije na tom tržištu

Ovo tržište karakterišu značajne barijere za ulazak na nivou mreže. Značajne barijere su cijena frekvencija i značajni trošak izgradnje mreže sa nacionalnim pokrivanjem. Postojanje ovih barijera na tržištu utiče na nivo potencijalne konkurencije .

Analizom potencijanih prepreka za ulazak na ovo tržište i uticaj potencijalne konkurencije ukazuje na visoke barijere za ulazak na tržište. Sa stanovišta pristupne mreže, investiranje u njenu izgradnju i stavljanje iste u funkciju predstavljaju veoma ozbiljne poslovne odluke, odnosno kapitalna ulaganja, koja su uslovljena detaljno razrađenim poslovnim planovima i definisanjem razumnog vremenskog roka povraćaja uložених sredstava. Ulazak na tržište zahtijeva od novih operatora značajna ulaganja i to većinom u obliku nenadoknadivih troškova (*eng.sunk cost*), koje operatori u slučaju neuspjeha i izlaska sa tržišta neće moći nadoknaditi.

Kako bi izgradio pristupnu mrežu do krajnjih korisnika, novi operator mora ili sam graditi pristupnu infrastrukturu do krajnjih korisnika ili koristiti pristupnu infrastrukturu drugog operatora.

Znači, investiranje u izgradnju mobilne mreže je veliko, a to prati i nemogućnost brzog povraćaja investicije. Pored svega toga, novi potencijalni operator će početi da se takmiči na zreloom tržištu što će mu veoma otežati da privuče korisnike jer ih mora preuzeti od postojećih operatora. U slučaju ulaska virtuelnog operatora ove barijere su manje iz razloga što ne bi imao potrebu da razvija mrežu. Malo je vjerovatno da će mogućnost pristupa svojoj mreži biti ponuđena drugim operatorima ukoliko to ne bude predmet regulacije.

4.3III Kriterijum:Uticaj velikih korisnika na snagu operatora (kompenzaciona kupovna moć)

Kompenzaciona kupovna moć postoji kada veliki kupci imaju mogućnost u razumnom vremenskom roku da imaju neku alternativu poslije povećanja cijena ili uslova pod kojima se nudi neka usluga od strane hipotetičkog monopoliste. Agencija smatra da ne postoji kompenzaciona moć na ovom tržištu iz razloga što operatori ovu uslugu nude samo sebi. Zbog toga što nikome ne nude ovu uslugu oni nemaju nikakvih ograničenja od strane velikih kupaca.

Agencija smatra da na maloprodajnom tržištu veliki potrošači mogu imati kompenzacionu kupovnu moć. Nivo kompenzacione moći se ogleda u činjenici da mobilni operatori ne publikuju cijene za velike biznis korisnike, ali se za te korisnike tarifni planovi dogovaraju od slučaja do slučaja. Kako god, Agencija nema dokaza da bilo koji od velikih potrošača ili grupa potrošača ima kupovnu moć da ograniči njihovo koordinirano ponašanje. Činjenica da pripejd i postpejd tarifni paketi se nijesu mnogo mijenjali u posmatranom periodu, ukazuje na nedostatak pritiska na maloprodajne cijene.

Agencija smatra da nedostatak kompenzacione kupovne moći na veleprodajnom i maloprodajnom tržištu olakšava koordinirano ponašanje operatora.

4.4IV Kriterijum: Homogenost usluga

Svi operatori imaju slične mrežne infrastrukture koje im omogućavaju da na istom nivou pružaju slične usluge i proizvode. Svi operatori rade na nacionalnom nivou i u stanju su da dostignu 99% pokrivenosti stanovništva. Iako ovi operatori pružaju niz usluga koje su prilagođene njihovim klijentima, svi operatori imaju tendenciju da primjenjuju kampanje preko mas medija i njihovi proizvodi su u suštini identični. Kada jedan operator pokreće novi servis ili tarifni paket, drugi operator lansira sličan proizvod u veoma kratkom roku.

Svi operatori nude tarifne pakete za sve vrste korisnika sa niskom, srednjom i visokom potrošnjom, koji im omogućavaju razne pogodnosti kao što su: besplatni pozivi u okviru grupe, u okviru sopstvene mreže, besplatni pozivi ka određenim brojevima i sl.

Pored tradicionalnih servisa, svi operatori nude i servise sa dodatnom vrijednošću i data servise.

Ovo tržište karakteriše visok stepen homogenosti usluga sa tendencijom takvog nastavka u budućnosti. To ukazuje da postoji prostor za koordinirano ponašanje operatora.

4.5V Kriterijum: Elastičnost tražnje

Nizak nivo elastičnosti tražnje bi značio da potrošači nijesu osetljivi na promjene cijena. Ovo može biti zbog sopstvenih preferencija potrošača ili zbog nedostatka adekvatne zamjene.

Na veleprodajnom nivou ne postoji elastičnost tražnje jer je tražnja interna. Kako ne postoje operatori koji imaju pristup servisima drugih operatora zato promjene u cijeni pristupa i usluga nemaju uticaja zato što je promjena određena interno. Zbog nedostatka elastičnosti tražnje stvoreni su uslovi za zajedničku koordinaciju operatora.

4.6 VI kriterijum: Nivo tehnoloških inovacija i tehnološkog razvoja

Svi operatori imaju slične mrežne infrastrukture i nude identične usluge.

Agencija smatra da stabilnost i zrelost tehnologije u pružanju servisa omogućava operatorima da održe koordiniranu poziciju na ovom tržištu. Sličnost tehnologije koja se koristi i nedostatak tehnološke prednosti omogućava mobilnim operatorima da obezbijede iste usluge na sličan način tako da i dalje podstiču jačanje koordinacije na ovom tržištu.

4.7 VII Kriterijum: postojanje cjenovne konkurencije

Agencija smatra da ne postoji cjenovna konkurencija na ovom tržištu iz razloga što operatori ovu uslugu nude samo sebi. Zbog toga što nikome ne nude ovu uslugu oni nemaju nikakvih motiva za cjenovnu konkurenciju na ovom tržištu.

4.8 Ostali kriterijumi

Agencija je analizirala i kriterijume Preglednost relevantnog tržišta; Postojanje prekomjernih slobodnih, odnosno neiskorišćenih kapaciteta, Postojanje neformalne ili druge veze između tih operatora, kao i Maloprodajne mehanizme koje primjenjuju

operatori kod mjera naknade i utvrđuje da su ovi kriteriji od manjeg uticaja na analizu predmetnog tržišta.

4.9 Zaključak o procjeni postojanja operatora sa značajnom tržišnom snagom

Na osnovu ove analize Agencija procjenjuje da ova tržišna struktura omogućava koordinirane aktivnosti i zaključuje da na ovom tržištu operatori Telenor doo Podgorica, T-Com AD Podgorica i MTel doo Podgorica imaju značajnu tržišnu snagu.

5. PREPREKE U RAZVOJU TRŽIŠNE KONKURENCIJE

U ovom poglavlju Agencija će analizirati i obrazložiti moguće prepreke razvoju tržišne konkurencije koje se u odsustvu regulacije, a u periodu na koje se odnosi analiza, mogu pojaviti na relevantnom tržištu veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža

Prepreke razvoju tržišne konkurencije mogu proizaći iz sposobnosti ili namjere operatora da na tržištu iskoristi svoje visoko tržišno učešće.

U skladu sa definicijom tržišta i na osnovu procjene efikasnosti tržišne konkurencije te određivanja operatora sa značajnom tržišnom snagom, uzimajući u obzir kriterijume kojima se dokazalo postojanje značajne tržišne snage, Agencija smatra kako su, u odsustvu regulacije, na veleprodajnom tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža moguće prepreke razvoju tržišne konkurencije koje se odnose na vertikalno prenošenje značajne tržišne snage.

Prema dokumentu ERG (06) 33 postoje tri strategije vertikalnog prenošenja značajne tržišne snage:

- odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa,
- prenošenje značajne tržišne snage na osnovama koje nisu povezane s cijenama,
- prenošenje značajne tržišne snage na osnovama vezanim uz cijene.

Stoga je Agencija i podijelila prepreke razvoju tržišne konkurencije na relevantnom tržištu koje se odnose na vertikalno prenošenje značajne tržišne snage shodno gore navedenoj podjeli, te je sve prepreke, za koje smatra da su moguće u odsustvu regulacije, u nastavku posebno obradila.

Agencija smatra kako postoje dvije vrste prepreka razvoju tržišne konkurencije: prepreke razvoju tržišne konkurencije koje su se već dogodile u praksi na tržištima definisanim Zakonom o elektronskim komunikacijama i prepreke razvoju tržišne konkurencije koje bi se, na relevantnom tržištu obrađenom ovim dokumentom, u odsustvu regulacije, mogle dogoditi, odnosno prepreke koje bi se mogle pojaviti u slučaju da Agencija ne reguliše tržište na kojem postoje operatori sa značajnom tržišnom snagom. Prilikom određivanja regulatornih obaveza, a u skladu s dokumentom ERG (06) 33, Agencija nije pravila razliku između gore navedenih prepreka te je u skladu s time i određivala regulatorne obaveze. Drugim riječima, za određivanje regulatornih obaveza nije bitno je li se određena prepreka dogodila u praksi ili je Agencija predvidjela mogućnost pojavljivanja određene prepreke u budućnosti.

5.1 Odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa

U evropskoj sudskoj praksi odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa se ne odnosi samo na situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom u potpunosti odbija pružiti/ponuditi veleprodajnu uslugu, nego i na situaciju u kojoj je operator sa značajnom tržišnom snagom spreman ponuditi uslugu, ali pod nerazumnim/neopravdanim uslovima. U ovom dijelu se obrađuje samo potpuno odbijanje dogovora ili uskraćivanje pristupa (putem određene veleprodajne usluge), dok se drugi dio iz navedenog primjera obrađuje pod ostalim preprekama razvoju tržišne konkurencije, kao što su neopravdani zahtjevi, previsoke cijene, itd.

Kao što je i definisano u dijelu dokumenta u kojem se obrađuje značajna tržišna snaga, pri određivanju značajne tržišne snage, kao i prepreka razvoju tržišne konkurencije, važno je definisati izvor značajne tržišne snage. Na tržištu koje je predmet ovog dokumenta izvor značajne tržišne snage sva tri operatora je njihova razvijena mreža, odnosno pristup velikom broju krajnjih korisnika.

Operator sa značajnom tržišnom snagom na određenom veleprodajnom tržištu može prenijeti svoju tržišnu snagu na maloprodajni nivo na način da odbije dogovor ili uskrati pristup operatorima koji na maloprodajnom nivou konkurišu njegovim maloprodajnim dijelom ili povezanim društvima. Takvo ponašanje posebno predstavlja prepreke razvoju tržišne konkurencije u slučajevima kada operator sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom nivou pruža uslugu koja je neophodna drugim operatorima pri pružanju usluge na povezanom maloprodajnom tržištu.

Agencija smatra da bi, u odsustvu regulacije, sva tri operatora kao operatora sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža mogla imati, u svrhu prenošenja svoje tržišne snage na maloprodajni nivo, snažan podsticaj za odbijanje zahtjeva za pregovore i uskraćivanje veleprodajnih usluga koje su dio ovog relevantnog tržišta, kao i s njima povezanih sadržaja, na osnovu kojih bi ostali operatori mogli ponuditi usluge na maloprodajnom nivou, a što bi dovelo do otežanog daljeg razvoja efikasne tržišne konkurencije na maloprodajnom tržištu.

Dakle, kako je Agencija utvrdila da su u Crnoj Gori sva tri operatora koja su zastupljena na ovom tržištu operatori sa značajnom tržišnom snagom te da su vertikalno integrisani operatori, Agencija smatra da bi sva tri operatora, u odsustvu regulacije, imalo interes da operatorima ne ponudi predmetne veleprodajne usluge pod razumnim uslovima, koje bi ostali operatori mogli svojim korisnicima ponuditi odgovarajuću maloprodajnu uslugu, kao što su: javno dostupna telefonska usluga, usluga prenosa podataka, usluga širokopojsnog pristupa internetu i dr.

Odbijanje pristupa utiče na ulazak operatora na pripadajuće maloprodajno tržište ako je veleprodajna usluga neophodna za pružanje maloprodajne usluge te u tom slučaju dovodi ili do sprečavanja ulaska ili do povećanja troškova postojećih i potencijalnih operatora budući da predmetnu uslugu na neki način moraju sami pružati (preskakanje stepenica u ljestvici ulaganja) te posljedično do njihovog izlaska s tržišta. Dakle, u ovom slučaju, odbijanje pristupa utiče na ulazak operatora na maloprodajno tržište. Gore navedenim postupcima sva tri operatora bi mogla prenijeti svoju značajnu tržišnu snagu s veleprodajnog tržišta obrađenog ovim dokumentom na povezana maloprodajna tržišta.

5.2 Prenosnje značajne tržišne snage na osnovama nevezanim za cijene

Kad se govori o prenošenju značajne tržišne snage na osnovama koje nisu povezane s cijenama, Agencija smatra kako bi sva tri operatora, u odsustvu regulacije, mogla postupati prema drugim postojećim i potencijalnim operatorima na nekoliko načina kako bi pokušala zadržati značajnu tržišnu snagu koju imaju na određenom tržištu te na taj način stvarati prepreke razvoju tržišne konkurencije. Tu se prvenstveno misli na diskriminisano korišćenje informacija ili uskraćivanje informacija, taktike odgađanja, neopravdane zahtjeve, neopravdano korišćenje informacija o konkurentima, diskriminaciju kvalitetom usluge te na razne oblike diskriminacije nevezane za cijene.

Diskriminisano korišćenje informacija ili uskraćivanje informacija predstavlja situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom tržištu svome maloprodajnom dijelu pruža informacije važne za pružanje usluga na maloprodajnom tržištu ili povezanim društvima, a iste ne pruža operatorima koji koriste ili namjeravaju koristiti veleprodajnu uslugu operatora sa značajnom tržišnom snagom, a na osnovu koje na maloprodajnom tržištu pružaju/ ili žele pružati usluge konkurentne uslugama koje pruža njegov maloprodajni dio, odnosno povezana društva. Isto tako, navedena se prepreka odnosi na situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom odbija pružati i neke druge informacije važne za korišćenje veleprodajne usluge. Takvim ponašanjem, operator sa značajnom tržišnom snagom prenosi svoj dominantni položaj na maloprodajni nivo, na način da dovodi operatore korisnike veleprodajne usluge u nepovoljan položaj u odnosu na sopstveni maloprodajni dio, odnosno povezana društva. Agencija smatra da bi sva tri operatora, kao operatora sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža u odsustvu regulacije, operatorima koji koriste ili namjeravaju koristiti veleprodajne usluge koje su dio ovog relevantnog tržišta, mogao uskraćivati važne informacije, na način da istima ne bi pružao jednako detaljne informacije kao i svom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima, i/ili potrebne informacije ne bi pružao u vremenu u kojem bi operator korisnik navedene veleprodajne usluge mogao reagovati na povezanom maloprodajnom nivou i konkurisati njegovom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima koji raspoložu potrebnom informacijom.

Dalje, uzevši u obzir ulaganja u mreže nove generacije prilikom čega dolazi do otvaranja novih pristupnih točaka, Agencija smatra kako bi sva tri operatora mogla, u odsustvu regulacije, svojim postojećim i potencijalnim konkurentima uskratiti detaljne i pravovremene informacije o planiranim promjenama u mreži, što bi negativno uticalo na poslovne planove i ulaganja tih operatora, s obzirom da ne bi mogli pravovremeno ocijeniti uticaj takvih promjena i razmotriti različite mogućnosti ulaganja u sopstvenu mrežu, te pravovremeno reagovati na maloprodajnom nivou. Naime, u slučaju promjena u topologiji mreže, doći će i do određenih promjena i u pružanju usluge pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža te bi sva tri operatora, ukoliko ne bi imala odgovarajuću obavezu, mogli uskratiti informacije o planiranim promjenama u mreži/topologiji mreže svojim postojećim i potencijalnim konkurentima. Na taj način, sva tri operatara bi mogla iskoristiti prednosti prvog ulaska, te dovesti sopstvenii maloprodajni dio i povezana društva u povoljniji položaj na povezanom maloprodajnom tržištu od postojećih i potencijalnih konkurenata, odnosno prenijeti svoju značajnu tržišnu snagu na povezano maloprodajno tržište, a što za posljedicu ima jačanje tržišnog položaja sva tri ioperatora te nepovoljan uticaj na efikasnu tržišnu konkurenciju na maloprodajnom nivou.

Taktike odgađanja se odnose na situacije u kojima operator sa značajnom tržišnom snagom ne odbija pružanje pripadajuće veleprodajne usluge, ali istu pruža sa zakašnjenjem u odnosu na svoj maloprodajni dio (sopstvene potrebe) ili povezana društva, te na taj način dovodi postojeće i potencijalne konkurente u neravnopravan položaj na vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu budući da im je ta veleprodajna usluga, uzevši u obzir potrebe krajnjih korisnika, neophodna za pružanje usluga istima.

Agencija smatra da bi sva tri operatora, kao operatori sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnim tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža, te ujedno i vertikalno integrisani operatori, u odsustvu regulacije, mogli imati interes pružati veleprodajne usluge postojećim i potencijalnim konkurentima na povezanom maloprodajnom tržištu u rokovima dužim od onih u kojima te iste usluge pruža sopstvenom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima.

Neopravdani zahtjevi se odnose na sve uslove koji se odnose na pružanje određene veleprodajne usluge, a koji nisu neophodni za pružanje iste. Takvi zahtjevi neopravdano povećavaju troškove i oduzimaju vrijeme postojećim i potencijalnim konkurentima koji koriste navedenu veleprodajnu uslugu kako bi pružali usluge na povezanom maloprodajnom tržištu, a gdje konkurišu s maloprodajnim dijelom ili povezanim društvima operatora sa značajnom tržišnom snagom. Agencija smatra kako bi sva tri operatora, u odsustvu regulacije, mogli koristiti razne oblike neopravdanih zahtjeva kojima bi mogli uticati na poslovne odluke i troškove postojećih i potencijalnih konkurenata.

Agencija smatra da bi sva tri operatora bila u mogućnosti, kao operatori sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža i vertikalno integrisani operatori, u odsustvu regulacije, operatorima koji koriste ili namjeravaju koristiti veleprodajne usluge koje su dio ovog relevantnog tržišta nametnuti razne oblike neopravdanih instrumenata osiguranja plaćanja, s obzirom na uslove i iznos, te bi mogli neopravdano podsticati korišćenje skupljih tehnologija i opreme za pružanje veleprodajne usluge, sve u svrhu povećanja troškova postojećih i potencijalnih konkurenata, a što bi dovelo do prenošenja značajne tržišne snage sva tri operatora na povezano maloprodajno tržište.

Isto tako, sva tri operatora bi mogla tražiti informacije potrebne za pružanje veleprodajne usluge (npr. informacije o ciljanim krajnjim korisnicima) iznad nivoa koji je potreban, odnosno ekonomski i tehnički opravdan pri pružanju veleprodajne usluge. Takve informacije o krajnjim korisnicima, sva tri operatora bi mogla iskoristiti kako bi za tog istog krajnjeg korisnika mogao kreirati uslugu koja bi odgovarala tom krajnjem korisniku s ciljem pridobivanja istog, a što bi opet dovelo do prenošenja značajne tržišne snage i jačanja njihovog tržišnog položaja na povezanom maloprodajnom nivou.

U slučaju *neopravdanog korišćenja informacija o konkurentima* riječ je o postupcima operatora sa značajnom tržišnom snagom u kojima koriste podatke koje mu u okviru pružanja veleprodajnih usluga daju postojeći ili potencijalni konkurenti na veleprodajnom i maloprodajnom nivou i korišćenju istih kako bi se povećali troškovi konkurenata ili smanjila zarada na vertikalno povezanom veleprodajnom i maloprodajnom tržištu.

U odsustvu regulacije, sva tri operatora bi mogla zatražiti određene informacije od potencijalnih i sadašnjih konkurenata iz kojih bi se vrlo lako mogli prepoznati planovi konkurenata na maloprodajnom tržištu ili bar segment (geografski) maloprodajnog tržišta na kojem isti planiraju konkurisati njima. U navedenom slučaju bi sva tri operaoatra mogla koristiti informacije svojih konkurenata za potrebe svog maloprodajnog dijela (sopstvene potrebe) ili potrebe povezanih društava i to na način da pripremi posebne uslove za pojedine krajnje korisnike kako bi ih motivisao da ne promijene operatora ili da se vrate njima, a što bi moglo dovesti do smanjenja maloprodajnih prihoda konkurenata, na način da krajnji korisnici odustanu od prelaska, ili do povećanja troškova konkurenata (npr. dodatni marketinški troškovi za privlačenje korisnika).

Tako bi sva tri operatora mogla ostvariti prednosti pred ostalim konkurentima prenošenjem značajne tržišne snage na veleprodajnom tržištu na pripadajuće maloprodajno tržište, što bi moglo dovesti do povećanja troškova ostalih operatora, problema u poslovanju i vjerovatnog izlaska s tržišta.

Dalje, jedna od mogućih prepreka tržišnoj konkurenciji je i *diskriminacija kvalitetom usluge* koja se ogleda u mogućnosti operatora sa značajnom tržišnom snagom da utiče na povećanje troškova postojećih ili potencijalnih konkurenata ili smanjivanje zarade na

maloprodajnom nivou na način da ih dovede u neravnopravan položaj kvalitetom pružanja usluge. Diskriminacijom kvalitetom veleprodajne usluge operator sa značajnom tržišnom snagom ima direktan uticaj na kvalitet usluge koja se pruža krajnjem korisniku, a budući da je korisnik posebno osjetljiv na parametre kvaliteta usluge, takvo postupanje dovodi do nezadovoljstva i gubitka povjerenja krajnjih korisnika u operatora koji im nudi uslugu. Dalje, kvalitet usluge je važan činilac pri optimizaciji i racionalizaciji troškova operatora.

Agencija smatra da bi, u odsustvu regulacije, sva tri operatora mogla raditi diskriminaciju ostalih operatora kvalitetom veleprodajne usluge i to na način da iste nudi s parametrima kvaliteta lošijim od usluge koju nudi svome maloprodajnom dijelu (sopstvenee potrebe) ili povezanim društvima. Isto tako sva tri operatora bi mogla uticati na uklanjanje mogućih kvarova pri pružanju relevantnih veleprodajnih usluga i povezanih sadržaja (duži rokovi otklona kvara). Na navedeni način bi moglo doći do situacije u kojoj postojeći ili potencijalni konkurent gubi povjerenje krajnjih korisnika, a što može rezultirati prestankom korišćenja usluge operatora od strane krajnjih korisnika, a time i nižim dobitima operatora na maloprodajnom tržištu. Navedenim postupanjem, sva tri operatora bi mogla prenijeti svoju značajnu tržišnu snagu te jačati svoj tržišni položaj na vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu, a što bi dovelo do neefikasne tržišne konkurencije na štetu krajnjih korisnika.

Takvo postupanje dovodi do sljedećih posljedica. Naime, postojeći ili potencijalni konkurenti gube povjerenje krajnjih korisnika, a što može rezultirati prestankom korišćenja usluge operatora od strane krajnjih korisnika, a time i nižim zaradama operatora na maloprodajnom tržištu. Shodno navedenim, sva tri operatora bi mogla prenijeti svoju značajnu tržišnu snagu te jačati svoj tržišni položaj na vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu, a što bi dovelo do neefikasne tržišne konkurencije nauštrb krajnjih korisnika.

Još jedna prepreka tržišnoj konkurenciji odnosi se na situaciju u kojoj bi operator sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom tržištu pružao informacije važne za pružanje usluga na maloprodajnom tržištu svome maloprodajnom dijelu (sopstvene potrebe) ili povezanim društvima, a iste ne bi pružao operatorima koji koriste ili namjeravaju koristiti veleprodajnu uslugu operatora sa značajnom tržišnom snagom na osnovu koje na maloprodajnom tržištu pružaju ili žele pružati usluge konkurentne uslugama koje pruža njegov maloprodajni dio, odnosno povezana društva. Isto tako, navedena se prepreka odnosi na situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom odbija pružati i neke druge informacije važne za korišćenje veleprodajne usluge. Takvim ponašanjem, operator sa značajnom tržišnom snagom prenosi svoj dominantan položaj na maloprodajni nivo, na način da dovodi operatore korisnike veleprodajne usluge u nepovoljan položaj u odnosu na sopstveni maloprodajni dio, odnosno povezana društva.

Agencija smatra da bi sva tri operatora, kao operatora sa značajnom tržišnom snagom i vertikalno integrisani operatori, u odsustvu regulacije, operatorima koji koriste ili

namjeravaju koristiti veleprodajne usluge koje su dio ovog relevantnog tržišta, mogao *uskraćivati važne informacije*, na način da istima ne bi pružao jednako detaljne informacije kao i svom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima, i/ili potrebne informacije ne bi pružao u vremenu u kojem bi operator korisnik navedene veleprodajne usluge mogao reagovati na povezanom maloprodajnom tržištu i konkurisati njegovom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima koji raspolažu potrebnom informacijom.

5.3 Prenošnje značajne tržišne snage na osnovama vezanim za cijene

Agencija je kao moguće prepreke tržišnoj konkurenciji koje predstavljaju prenošenje značajne tržišne snage na osnovama vezanim za cijene prepoznala diskriminaciju na cjenovnoj osnovi, unakrsno subvencioniranje i neopravdan način obračuna usluge.

Diskriminacija na cjenovnoj osnovi odnosi se na situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom nudi veleprodajnu uslugu neophodnu za pružanje određenih maloprodajnih usluga po različitim cijenama svom maloprodajnom dijelu (sopstvene potrebe) i povezanim društvima u odnosu na postojeće i potencijalne konkurente na povezanom maloprodajnom tržištu.

Agencija smatra da bi sva tri operatora, kao operatora sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnim tržištima i vertikalno integrisani operatori, u odsustvu regulacije na tržištu utvrđenim ovim dokumentom, mogao primjenom diskriminacije na osnovi cijena nuditi veleprodajne usluge operatorima s kojima konkuriše na povezanom maloprodajnom tržištu po cijenama višim od onih po kojima tu istu uslugu pruža svom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima. Takvim ponašanjem, sva tri operatora bi mogla uticati na poslovne rezultate ostalih operatora koji koriste navedenu veleprodajnu uslugu kako bi na povezanom maloprodajnom tržištu pružali usluge

U odsustvu regulacije, sva tri operatora bi mogla za svoj maloprodajni dio i povezana društva odrediti cijene veleprodajnih usluga koje bi se razlikovale od cijena usluga koje bi naplaćivao postojećim i potencijalnim operatorima s kojima konkuriše na vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu. U navedenom slučaju, sva tri operatora bi mogla iskoristiti svoju značajnu tržišnu snagu i putem diskriminacije na cjenovnoj osnovi, odnosno visoko postavljenim veleprodajnim cijenama, uticati na povećanje troškova drugih operatora što bi dovelo do istiskivanja cijena (eng. *price squeeze*), a dugoročno gledano, do neefikasne tržišne konkurencije i izlaska tih operatora s tržišta.

Unakrsno subvencioniranje odnosi se na situaciju u kojoj postoje dva različita tržišta i dvije različite cijene na navedenim tržištima. U odsustvu regulacije, operator sa značajnom tržišnom snagom može na tržištu na kojem ima navedeni status naplaćivati cijenu iznad troška kako bi na povezanom maloprodajnom tržištu mogao pružiti cijenu ispod troškova

što bi dovelo do istiskivanja cijenama i na taj način prenijeti značajnu tržišnu snagu s veleprodajnog tržišta na povezano maloprodajno tržište.

Agencija smatra da bi sva tri operatora, kao operatora sa značajnom tržišnom snagom i vertikalno integrisani operatori, u odsustvu regulacije, mogla nuditi veleprodajnu uslugu iznad troška te na taj način povisiti troškove operatora koji koriste navedenu uslugu, a u isto vrijeme, na maloprodajnom nivou, nuditi usluge po cijenama koje su ispod troška.

Takvo postupanje sva tri operatora dovelo bi do istiskivanja cijenama te bi natjeralo operatore koji koriste veleprodajne usluge koje su dio ovog relevantnog tržišta u svrhu pružanja usluga na povezanom maloprodajnom nivou, da trpe gubitke, a što bi ih na kraju natjeralo da napuste tržište. S druge strane, sva tri operatora bi bila u mogućnosti prenijeti značajnu tržišnu snagu s veleprodajnog tržišta na povezano maloprodajno tržište i jačati svoj tržišni položaj, a što bi imalo negativne efekte na efikasnu tržišnu konkurenciju.

6. ODREĐIVANJE OBAVEZA OPERATORU SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM

Na osnovu sprovedene analize Agencija je utvrdila da veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva u mobilnim mrežama nije dovoljno konkurentno i identifikovala Telenor doo Podgorica, Crnogorski Telekom AD Podgorica i Mtel doo Podgorica kao operatore sa značajnom tržišnom snagom na ovom tržištu, koga će kao takvog imenovati u rješenju koje je dužna da donese prema članu 43 Zakona o elektronskim komunikacijama.

Identifikacija operatora sa značajnom tržišnom snagom podrazumijeva propisivanje i nametanje ex-ante obaveza, koje treba da budu proporcionalne i adekvatne utvrđenom problemu-odstupanju od efikasne konkurencije. Rješenjem izdatim određenom operatoru sa značajnom tržišnom snagom Agencija mora narediti preduzimanje bar jedne od mjera iz čl.44 ,45,46, 47,48, 49, i 50. Zakona, a one su:

1. Obaveza obezbjeđivanja preglednosti, referentna interkonekciona ponuda;
2. Obaveza obezbjeđivanja jednakog tretmana-nediskriminatornost;
3. Obaveza odvajanja računovodstvenih evidencija;
4. Obaveza omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja;
5. Obaveza nadzora cijena i troškovnog računovodstva;
6. Obaveza mogućnosti izbora/predizbora operatora;
7. Obaveza regulisanja cijena maloprodajnih usluga.

Pri određivanju ovih obaveza Agencija uzima u obzir načelo racionalnosti i proporcionalnosti, uz obrazloženje naređenih mjera. Rješenje treba da sadrži i realne rokove u kojima se moraju sprovesti određene mjere.

Prema Smjernicama Evropske komisije, prilikom određivanja regulatornih obaveza regulatori imaju u vidu slijedeće ciljeve:

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

Agencija smatra da se princip proporcionalnosti može zadovoljiti ako se svakom operatoru sa značajnom tržišnom snagom odrede one regulatorne obaveze koje će najbolje ukloniti postojeće i potencijalne prepreke razvoju konkurencije.

Na tržištu veleprodajnom tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva u mobilnim mrežama svim operatorima koji su određeni kao operatori sa značajnom tržišnom snagom, određuju se slijedeće regulatorne obaveze:

1. Obaveza omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja;
2. Obaveza obezbjeđivanja jednakog tretmana-nediskriminatornost;
3. Obaveza obezbjeđivanja preglednosti, referentna interkonekciona ponuda;
4. Obaveza odvajanja računovodstvenih evidencija;

5. Obaveza nadzora cijena i troškovnog računovodstva;

6.1 Obaveza omogućavanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja

Agencija može, shodno članu 47. Zakona o elektronskim komunikacijama narediti preduzimanje mjera u cilju ispunjavanja svih opravdanih zahtjeva za pristup i korišćenje određenih elemenata elektronskih komunikacionih mreža i pripadajuće infrastrukture, uključujući i pristupnu mrežu. Agencija može od operatora zahtjevati da:

- 1) u dobroj mjeri pregovara sa operatorima o zahtjevima operatorskog pristupa;
- 2) omogući operatorski pristup određenim mrežnim elementima, uključujući raščlanjene elemente pristupne mreže;
- 3) izvrši interkonekciju mreža;
- 4) ne uskrati prethodno ostvareni operatorski pristup ili korišćenje mogućnosti;
- 5) obezbijedi određene usluge na veleprodajnoj osnovi, zbog preprodaje tih usluga na maloprodajnom tržištu;
- 6) odobri otvoreni pristup tehničkim interfejsima, protokolima ili drugim tehnologijama i mogućnosti koje su nezamjenljivo potrebne za interoperabilnost usluga ili mreža, uključujući i virtuelne mreže;
- 7) obezbijedi zajednički smještaj opreme ili druge oblike zajedničkog korišćenja mogućnosti infrastrukture;
- 8) obezbijedi mogućnosti koje su potrebne za obezbjeđivanje korisnicima interoperabilnosti usluga, od tačke do tačke, uključujući usluge inteligentnih mreža, distributivnih sistema ili roaminga u mobilnim mrežama;
- 9) obezbijedi pristup sistemima za podršku ili sličnim sistemima, koji su potrebni za obezbjeđivanje konkurencije prilikom vršenja usluga.

U slučaju postojanja prepreka razvoju tržišne konkurencije koje se odnose na odbijanje zaključivanja ugovora o interkonekciji i pristupu i postojanja velikih razlika u pregovaračkoj moći operatora, gdje operatori zavise od infrastrukture drugog za pružanje maloprodajnih usluga, potrebno je da Agencija postavi okvire, odnosno odredi odgovarajuće regulatorne obaveze, kako bi se onemogućilo uskraćivanje pristupa i interkonekcije ili bilo koje drugo neprihvatljivo uslovljavanje.

Pravilnik o operatorskom pristupu i interkonekciji (Sl.list CG 79/09) propisuje uslove za obezbjeđenje operatorskog pristupa i interkonekcije, prava i obaveze operatora u vezi sa operatorskim pristupom i interkonekcijom, uslove pod kojima operatori mogu ograničiti interkonekciju ili operatorski pristup.

U slučaju ovog dokumenta čiji je predmet analiza veleprodajnog tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva u mobilnim mrežama, Agencija svim operatorima, koji

imaju značajnu tržišnu snagu na ovom relevantnom tržištu, propisuje obavezu omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja. Sva tri operatora su obavezna da:

- 1) u dobroj namjeri pregovaraju sa operatorima o zahtjevima operatorskog pristupa;
- 2) omogući operatorski pristup određenim mrežnim elementima, uključujući omogućavane nacionalnog roaminga, omogućavanje pristupa mobilnim virtuelnim operatorima, kao i uslugu izbora operatora;
- 3) obezbijedi određene usluge na veleprodajnoj osnovi, zbog preprodaje tih usluga na maloprodajnom tržištu;
- 4) ne uskrati prethodno ostvareni operatorski pristup ili korišćenje mogućnosti;
- 5) odobri otvoreni pristup tehničkim interfejsima, protokolima ili drugim tehnologijama i mogućnosti koje su nezamjenljivo potrebne za interoperabilnost usluga ili mreža
- 6) obezbijedi pristup sistemima za podršku ili sličnim sistemima, koji su potrebni za obezbjeđivanje konkurencije prilikom vršenja usluga.

Sva tri operatora kada im je je upućen potpun zahtjev za operatorski pristup i interkonekciju dužan je, shodno Pravilniku o operatorskom pristupu i interkonekciji, da odgovore na zahtjev u roku od 15 dana od dana podnošenja zahtjeva. Ukoliko zahtjev za operatorski pristup ili interkonekciju nije potpun, operator traži da podnosilac zahtjeva dopuni svoj zahtjev u roku od 15 dana od dana podnošenja nepotpunog zahtjeva.

Operatorski pristup operator može ograničiti samo u slučaju da operatorski pristup nije izvodljiv iz tehničkih razloga. U tom slučaju operator je dužan da detaljno obrazloži razloge svog odbijanja zahtjeva i dostavi ih podnosiocu zahtjeva, u roku od 15 dana od dana podnošenja zahtjeva.

Operatori su dužni da zaključe ugovor o operatorskom pristupu ili interkonekciji u roku od 45 dana od dana podnošenja potpunog zahtjeva. Potpisani ugovori o operatorskom pristupu ili interkonekciji se dostavljaju Agenciji radi evidencije i ocjene usklađenosti sa Zakonom, u roku od 10 dana od dana potpisivanja.

Operator mora u dobroj vjeri pregovarati sa operatorima o zahtjevima operatora koji žele pristup. Agencija smatra da je ta obaveza potrebno i efikasno sredstvo za postizanje kasnijih sporazuma o pristupu. U slučaju da se ova obaveza ne nametne sva tri operatora bi mogla nametnuti potencijalnim konkurentima na vertikalno povezanom veleprodajnom i maloprodajnom tržištu razne oblike neopravdanih instrumenata osiguranja plaćanja, bankarskih garancija, u pogledu uslova i iznosa ili neopravdano podsticati korišćenje skupljih tehnologija za pružanje usluge i to samo iz razloga povećanja troškova postojećih i potencijalnih konkurenata. Isto tako sva tri operatora bi mogla tražiti nivo informacija iznad potrebnog i tehnički opravdanog za pružanje relevantne usluge.

Sva tri operatora su u obavezi da pripreme otvoren pristup tehničkim interfejsima, protokolima ili drugim značajnim tehnologijama, pošto je to nužno potrebno za pružanje

usluge na maloprodajnom tržištu. Nepripremanje tih elemenata bi moglo značiti da konkurenti ne mogu ponuditi uslugu istog kvaliteta na maloprodajnom tržištu ili čak onemogućavanje pristupa novih operatora na postojeće tržište, ukoliko je nužno povezivanje mreža ova tri operatora i alternativnog operatora. Agencija ocjenjuje da je obaveza nužna za uspostavljanje i održavanje konkurencije na tržištu.

Propisivanje obaveze omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja je opravdano i proporcionalno aktuelnim i potencijalnim preprekama na ovom tržištu, jer se radi o regulatornoj obavezi koja doprinosi većem stepenu konkurencije na odgovarajućem maloprodajnom tržištu.

Agencija ocjenjuje da obaveza omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja, iako osnovna obaveza za pospješivanje konkurencije, nije sama po sebi dovoljna da na efikasan način ukloni prepreke razvoju konkurencije na relevantnom tržištu. Odnosno, obavezi omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja komplementarne su obaveze nediskriminatornosti i obezbjeđenja preglednosti, odnosno objavljivanja referentne ponude. Nadalje, obaveza nadzora cijena i troškovnog računovodstva je prateća i neophodna obaveza sa aspekta obezbjeđenja efikasne konkurencije i zaštite interesa krajnjih korisnika.

6.2 Obaveza obezbjeđivanja jednakog tretmana-nediskriminatornost

Agencija može, shodno članu 45 Zakona, operatoru sa značajnom tržišnog snagom na određenom relevantnom tržištu, narediti mjeru obezbjeđivanja jednakog tretmana pri pružanju usluge interkonekcije ili operatorskog pristupa.

Agencija operatorima koji imaju značajnu tržišnu snagu na ovom tržištu propisuje obavezu obezbjeđivanja jednakog tretmana-nediskriminatornost. U okviru ove obaveze sva tri operatora su dužni:

- svim operatorima, kod sličnih okolnosti, pružati uslugu pod istim uslovima;
- drugim operatorima pružati usluge po uslovima uslove i kvalitetu kao i svom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima.

Nalaganjem mjere jednakog tretmana obezbjeđuje se da sva tri operatora primjenjuju suštinski jednake uslove i jednaki kvalitet pri pružanju usluge svim operatorima uključujući i one operatore koji su djelovi privrednog društva ili sa njime povezanog društva.

Nametanjem ove regulatorne obaveze svim operatorima otklanjaju se prepreke razvoju konkurencije koje se tiču diskriminacije na cjenovnoj i necjenovnoj osnovi. Ova obaveza je komplementarna obavezi omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja,

jer ova obaveza omogućava da efikasnije sprovodi regulatorna obaveza omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja.

U slučaju da se ova obaveza ne nametne ili ne realizuje operatori sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu mogu sprovoditi aktivnosti koje se diskriminatorne u pogledu cijena, kvaliteta i predstavljaju prepreke razvoju konkurencije na relevantnom tržištu. Takođe, operator sa značajnom tržišnom snagom može obračunavati usluge po višim cijena u poređenju sa cijenama koje nudi svom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima, čime primjenjuje praksu cjenovnog stezanja margine profita (eng. *price squeeze*) operatora. Pored aktivnosti prenošenja značajne tržišne snage na cjenovnim osnovama, operatori mogu primjenjivati i antikonkurentske taktike odgađanja, uskraćivanje informacija, insistiranje na neopravdanim zahtjevima i diskriminatorno korišćenje informacija. Naime Agencija smatra da je važno da i informacije koje operator sa značajnom tržišnom snagom dobije od alternativnih pružaoca usluga ne iskoristi za potrebe svog maloprodajnog dijela i time dovede alternativnog pružaoca usluga u neravnopravan položaj.

Nabrojane aktivnosti dovode u neravnopravan položaj konkurentske kompanije. Diskriminatorno ponašanje postojećih operatora mogu staviti određenog operatora, koji može biti i on sam ili sa njim povezano društvo, u privilegovan položaj u odnosu na ostale operatore, stvoriti mu bolje uslove pri poslovanju, pa tako smanjiti efikasnost konkurencije ili potpuno istisnuti konkurenciju sa tržišta. Ovo je suprotno interesima krajnjih korisnika, kojima odgovara da je na tržištu veći broj operatora, koji nude širu paletu proizvoda po razumnim cijenama.

Sprovođenje obaveze nediskriminatornosti će podrazumijevati da svi pružaoci usluga koriste uslugu veleprodajnog operatora pod istim uslovima kao i njegov maloprodajni dio ili povezana društva.

Agencija ocjenjuje da ova regulatorna obaveza adekvatna, da ne predstavlja nikakvo dodatno opterećenje za operatora sa značajnom tržišnom snagom, već samo kvalitativno definiše njegov odnos prema drugim operatorima na veleprodajnom tržištu, te kao takva omogućava nesmetan ulaz novih operatora na ovo tržište sa ciljem ponude korisnicima.

6.3 Obaveza obezbjeđivanja preglednosti

Agencija može, shodno članu 44. Zakona o elektronskim komunikacijama operatoru sa značajnom tržišnom snagom na određenom relevantnom tržištu, nametnuti obavezu preglednosti u vezi interkonekcije i pristupa, na način da učine dostupnim određene podatke, kao što su: računovodstvene informacije, tehničke specifikacije, karakteristike mreže, uslove korišćenja i cijene usluga.

U slučaju ovog dokumenta čiji je predmet analiza veleprodajno tržišta pristupa i započinjanja (originacije) poziva u mobilnim mrežama, Agencija operatorima koji imaju značajnu tržišnu snagu na ovom relevantnom tržištu, propisuje obavezu obezbjeđivanja preglednosti.

Ova obaveza se nameće svim operatorima u pogledu pružanja usluge pristupa i započinjanja (originacije) poziva u mobilnim mrežama, a opredmećuje se u obliku referentne ponude pristupa i započinjanja (originacije) poziva u mobilnim mrežama na veleprodajnom nivou (u daljem tekstu Referentna ponuda). Referentna ponuda mora biti u skladu sa objektivnim mogućnostima postojećih operatora i objektivnim potrebama drugih operatora i dovoljno raščlanjena tako da drugi operatori, koji žele određenu uslugu, ne moraju dodatno plaćati mogućnosti koje nijesu potrebne za pružanje zahtjevane usluge. Ponuda mora sadržati spisak usluga koje su raščlanjene u skladu sa potrebama ostalih operatora i sa njima povezanim uslovima, uključujući i cijene i popuste ili principe njihovog određivanja, u slučaju da ih operatori daju.

Referentna ponuda mora biti jasno definisana, i sadržati slijedeće elemente:

- (1) Opšte odredbe koje se tiču predmeta ponude, primjenu i važenja ponude;
- (2) Pregled i opis usluga;
- (3) Cijene i popuste odnosno principe njihovog određivanja, obračun i naplata usluge;
- (4) Detaljno objašnjen postupak procesa, naručivanja, ugovaranja i realizacije usluge
- (5) Odgovornost, kvalitet usluge i održavanje;
- (6) Povjerljivost informacija i poslovna tajna;
- (7) Postupak rješavanja sporova;
- (8) Dodaci (definicije pojmova, kontakti, pristupne tačke, tehnički standardi, postupak testiranja ...).

Operatori će referentnu ponudu usluge pristupa na veleprodajnom nivou objaviti u roku od 90 dana od dana donošenja rješenja.

Agencija naglašava da je Referentna ponuda dokument koji je podložen izmjenama, shodno promjenama na tržištu i tehnološkom razvoju. Ako Referentna ponuda ne odgovara Zakonu o elektronskim komunikacijama ili uslovima na tržištu, nakon sprovedene javne rasprave, Agencija može Rješenjem narediti njenu izmjenu u roku od 30 dana. Takođe, operator može i sam inicirati izmjenu Referentne ponude.

Agencija smatra da je nametanje obaveze obezbjeđivanja preglednosti postojećim operatorima proporcionalno i opravdano, jer doprinosi transparentnijem radu operatora sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu. Jasan pregled uslova za pristup i započinjanja (originacije) poziva u mobilnim mrežama u praksi osigurava da postojeći operatori nude uslugu pod istim uslovima i istog kvaliteta drugim operatorima kao i svom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima. Drugi operatori tada mogu da na maloprodajnom tržištu ponude svoje usluge krajnjim korisnicima u Crnoj Gori i konkurišu postojećim operatorima.

U slučaju da se ova obaveza ne nametne postojeći operatori bi mogli nepreglednim uslovima i cijenama da nude uslugu operatorima pod različitim uslovima i cijenama. Agencija ocjenjuje da bi tada bio otežan ulazak alternativnih operatora na ovo tržište, a takođe i smanjena efikasnost konkurencije na drugim tržištima.

Sprovođenje obaveze obezbjeđivanja preglednosti omogućava Agenciji da vrši nadzor nad sprovođenjem obaveze nediskriminatornosti i identifikovanje svih oblika diskriminatornog ponašanja u pogledu rokova, uslova i cijena. Naime, naložena regulatorna obaveza je i dodatna obaveza u smjeru uklanjanja svih prepreka razvoju konkurencije koje su vezane za diskriminaciju na cjenovnoj osnovi i diskriminaciju na necjenovnoj osnovi, s obzirom da je sve oblike diskriminatornog ponašanja moguće utvrditi samo onda kada su transparentno objavljeni uslovi pod kojima operator sa značajnom tržišnom snagom nudi usluge na relevantnom tržištu. Nametanje ove obaveze osigurava da alternativni pružaoci usluga na osnovu transparentno objavljenih uslova veleprodajnog operatora mogu doći do zaključka o tome da li su diskriminisani rokovima, uslovima ili cijenama prilikom pružanja predmetne usluge.

Primarna funkcija obaveze obezbjeđivanja preglednosti je da druge obaveze, a naročito obavezu omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja i obavezu nediskriminatornosti, učini još efikasnijim. Primjena obaveze obezbjeđivanja preglednosti ima za cilj da ukaže i doprinese rješavanju antikonzekurentskih aktivnosti i prepreka razvoju konkurencije koje se odnose na praksu unakrsnog subvencionisanja, cjenovnu diskriminaciju i praksu cjenovnog stezanja margina profita (*eng.Price Squeeze*) operatora.

Obavezi obezbjeđivanja preglednosti komplementarna je obaveza vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija, koja podrazumijeva transparentnost izvještaja o troškovima i internih transfernih cijena operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Iz svega navedenog Agencija ocjenjuje da ova regulatorna obaveza, sa određenim rokovima, proporcionalana i opravdana, te ne predstavlja veće dodatno opterećenje za operatora sa značajnom tržišnom snagom, već doprinosi promovisanju razvoja i pojačava efikasnost konkurencije na relevantnom tržištu.

6.4 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 operatorskog pristupa.

U slučaju ovog dokumenta čiji je predmet analiza veleprodajnog tržišta pristupa i započinjanja (originacije) poziva u mobilnim mrežama, Agencija operatorima koji imaju značajnu tržišnu snagu na ovom relevantnom tržištu, propisuje obavezu odvajanja računovodstvenih evidencija koje se odnose na uslugu pristupa i započinjanja (originacije) poziva u mobilnim mrežama na veleprodajnom tržištu.

Metodologija odvojenih računovodstvenih evidencija treba da je u saglasnosti sa domaćim računovodstvenim propisima, međunarodnim računovodstvenim standardima i Preporukom Evropske komisije 2005/698/Evropske komisije o odvojenom računovodstvu i modelima troškovnog računovodstva prema regulatornom okviru za elektronske komunikacije.

U skladu sa Preporukom, svrha uvođenja obaveze računovodstvenog odvajanja je da pruži detaljnije informacije o poslovnim rashodima i finansijskim rezultatima za relevantna tržišta i usluge. Prilikom pripremanja regulatornih računovodstvenih izvještaja postojeći operatori treba da se rukovode sledećim principima: troškovne uzročnosti, objektivnosti i nediskriminatornosti, konzistentnosti primjene i transparentnosti. U skladu s Preporukom, postojeći operatori treba da izrade račune dobiti i gubitka, izvještaje o angažovanom kapitalu za svaki segment obuhvaćen regulacijom, kao i izvještaje o usklađenosti iznosa u regulatornim izvještajima sa zakonskim finansijskim izvještajima.

Agencija ima pravo propisati metodologiju vođenja računovodstva i pravo potpunog pristupa svim relevantnim finansijskim podacima, što uključuje i podatke o prihodima ostvarenim naplatom od trećih strana. Takođe, Agencija može objavljivati ove podatke s ciljem unapređivanja transparentnosti tržišta, vodeći, pri tom računa o stepenu poverljivosti.

Nametanje ove obaveze omogućava Agenciji provjeru poštovanja principa nediskriminatornosti u vezi sa cijenama pristupa i započinjanja (originacije) poziva u mobilnim mrežama postojećih operatora na veleprodajnom nivou, kao i principa preglednosti svih veleprodajnih cijena po kojima postojeći operatori svoje usluge pružaju ostalim operatorima, kao i internih transfernih naknada po kojima postojeći operatori svoje usluge pružaju svome maloprodajnom dijelu i povezanim društvima.

U cilju veće efikasnosti primjene obaveza obezbjeđenja preglednosti i nediskriminatornosti, Agencija ocjenjuje neophodnim nametnuti obavezu odvajanja računovodstvenih evidencija operatorima sa značajnom tržišnom snagom. 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 primjene cjenovnog stezanja margina profita (**eng. price squeeze**) operatora.

Polazeći od već nametnutih obaveza nediskriminatornosti i transparentnosti, Agencija ocjenjuje obavezu vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija adekvatnom i proporcionalnom.

6.5 Obaveza nadzora cijena i troškovnog računovodstva

Agencija može, shodno članu 48. Zakona o elektronskim komunikacijama operatoru sa značajnom tržišnom snagom narediti preduzimanje obaveze kontrole troškova prema propisanoj metodologiji troškovnog računovodstva.

Troškovno računovodstvo odnosi se na skup pravila i procedura koji osiguravaju raspodjelu troškova, prihoda, imovine, obaveza i kapitala na pojedine aktivnosti i usluge. Model troškovnog računovodstva omogućava sprovođenje obaveze računovodstvenog razdvajanja i provjeru troškovne orijentisanosti cijena u svrhu sprečavanja međusobnog subvencioniranja, zatim previsokih ili preniskih cijena i neefikasnog ponašanja operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Operator kojem je naređeno preduzimanje mjera troškovne orijentacije, mora dokazati da su cijene izračunate na osnovu stvarnih troškova uz prihvatljivu stopu prinosa na investiciona ulaganja. Prilikom provjeravanja ispunjavanja te 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.

Član 48. stav 5. Zakona propisuje da Agencija može propisati mehanizam pokrivanja troškova ili metodologiju određivanja cijena, što mora biti primjereno ciljevima unaprijeđenja efikasnosti i održive konkurencije, ciljevima razvoja i povećanju koristi za krajne korisnike. Agencija može koristiti i upoređenja sa cijenama na uporedivim tržištima ili tržištima sa razvijenom konkurencijom, uzimajući u obzir specifičnosti domaćeg tržišta.

U slučaju ovog dokumenta čiji je predmet analiza veleprodajnog tržišta pristupa i započinjanja (originacije) poziva u mobilnim mrežama, Agencija operatorima koji imaju značajnu tržišnu snagu na ovom relevantnom tržištu, propisuje obavezu nadzora cijena i troškovnog računovodstva.

Svrha određivanja obaveze nadzora cijena i vođenja troškovnog računovodstva, koje operatori treba da primjene prilikom raspodjele troškova na usluge koje pruža, jeste osiguranje ravnopravnih transparentnih kriterijuma, kao i kriterijuma koji podstiču razvoj konkurencije.

Nametanjem ove obaveze Agencija smatra da će se otkloniti prepreku razvoju konkurencije na ovom relevantnom tržištu koja se odnosi na vertikalno prenošenje značajne tržišne snage i praksu unakrsnog subvencioniranja usluga. Naime, operatori mogu da vrše vertikalno prenošenje značajne tržišne snage na način da veleprodajne cijene utvrđuju iznad nivoa stvarnih troškova pružanja te usluge, dok usluge na pripadajućem

maloprodajnom tržištu utvrđuje ispod nivoa stvarnih troškova. To dovodi do situacije da su alternativni operateri onemogućeni da uđu na ovo tržište. Nadzor nad cijenama je potreban jer se na taj način omogućava ulazak alternativnih operatora na ovo tržište, a samim tim i konkurentnost na maloprodajnom tržištu od čeka krajnji korisnici mogu imati velike benefite. Iz navedenih razloga ovu obavezu je neophodno nametnuti operatorima sa značajnom tržišnom snagom na ovom tržištu, te Agencija ocjenjuje da je naložena obaveza adekvatna i srazmjerna.

7. PRILOZI

7.2 Prilog A – mišljenje Uprave za zaštitu konkurencije



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