



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

**Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva  
za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji  
(Test tri kriterijuma)**

**N A C R T**

**Podgorica, jul 2011.**

# SADRŽAJ

<b>1. UVOD .....</b>	<b>3</b>
1.1 Evropski regulatorni okvir za elektronske komunikacije .....	3
1.2 Pravni osnov za sprovođenje postupka definisanja i analize relevantnog tržišta.....	5
1.3 Saradnja sa Upravom za zaštitu konkurencije .....	6
1.4 Hronološki redoslijed aktivnosti .....	7
<b>2. UTVRĐIVANJE RELEVANTNOG TRŽIŠTA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Određivanje granica relevantnog tržišta za potrebe sprovođenja Testa tri kriterijuma.....	9
2.2 Trenutno stanje na tržištu fiksnih mreža u cilju pružanja javno dostupne telefonske usluge koja se pruža na fiksnoj lokaciji mreži u Crnoj Gori .....	10
2.3 Definicija relevantnog tržišta usluga .....	11
2.4 Analiza stepena supstitucije na strani tražnje/ponude .....	11
2.5 Supstituti poziva koji potiču iz fiksnih komunikacionih mreža .....	12
2.5.1 Pozivi iz mobilnih mreža .....	12
2.5.2 Pozivi putem usluge izbora operatora (eng. Carrier selection) .....	14
2.5.3 Pozivi putem internet protokola (VoIP) .....	14
2.6 Određivanje tržišta prema vrstama poziva .....	15
2.6.1 Lokalni/međumjesni i međunarodni pozivi.....	15
2.6.2 Pozivi prema brojevima u fiksnim mrežama i pozivi prema brojevima u mobilnim mrežama .....	16
2.6.3 Pozivi prema Internet brojevima .....	18
2.6.4 Pozivi prema geografskim i negeografskim uslugama (brojevima).....	19
2.7 Korisnici – pravna lica i fizička lica .....	19
2.8 Geografska dimenzija relevantnog tržišta .....	20
2.9 Zaključak Agencije o određivanju relevantnog tržišta .....	21
<b>3. TEST TRI KRITERIJUMA .....</b>	<b>22</b>
3.1 Prvi kriterijum: Prisutnost visokih i trajnih prepreka strukturne, pravne ili regulatorne prirode za ulazak na tržište.....	22
3.1.1 Strukturne prepreke za ulazak na tržište .....	22
3.1.2 Pravne ili regulatorne prepreke za ulazak na tržište .....	27
3.1.3 Zaključak o prvom kriterijumu .....	28
3.2 Drugi kriterijum: Struktura tržišta koja ne teži razvoju efikasne tržišne konkurencije u relevantnom vremenskom periodu.....	29
3.2.1 Zaključak o drugom kriterijumu.....	31
3.3 Treći kriterijum: primjena relevantnih propisa o zaštiti konkurencije sama po sebi ne omogućava na odgovarajući način uklanjanje nedostataka na tržištu .....	31
3.3.1 Step en opšteg nekonkurentnog ponašanja .....	31
3.3.2 Step en kompleksnosti otklanjanja nekonkurentnog ponašanja .....	32
3.3.3 Nekonkurentsko ponašanje može dovesti do nepopravljive štete na relevantnom tržištu .....	32
3.3.4 Potreba za regulatornom intervencijom kako bi se dugoročno osigurao razvoj efikasne konkurencije na tržištu .....	32
3.3.5 Zaključak o trećem kriterijumu .....	33
3.4 Zaključak Agencije da je relevantno tržište podložno ex-ante regulaciji .....	33
<b>4. PRILOZI .....</b>	<b>34</b>
4.1 Prilog A – mišljenje Uprave za zaštitu konkurencije .....	34

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

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.<sup>6</sup> 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.

---

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

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

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

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

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

<sup>6</sup> 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)<sup>7</sup> 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)<sup>8</sup> 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)<sup>9</sup>;
- Direktive 2009/136/EC Evropskog parlamenta i Evropskog savjeta<sup>10</sup>, 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;

---

<sup>7</sup> 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.

<sup>8</sup> 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.

<sup>9</sup> 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

<sup>10</sup> 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

- Direktiva 2009/140/EC Evropskog parlamenta i Evropskog savjeta<sup>11</sup>, kojom se mijenjaju Direktiva 2002/21/EC o zajedničkom okviru, Direktiva 2002/19/EC o pristupu i interkonekciji i Direktiva 2002/20/EC o izdavanju odobrenja za mreže i usluge.

## **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 znači 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.

---

<sup>11</sup> 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

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

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

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

U skladu s navedenim, a sa ciljem prikupljanja svih potrebnih podataka, Agencija je na osnovu pretpostavki i iskustava iz zemalja Evropske unije, izradila jedinstveni upitnik za operatore koji pružaju javno dostupnu telefonsku uslugu na fiksnoj lokaciji fizičkim i pravnim licima kao i pristup javnoj komunikacionoj mreži na fiksnoj lokaciji u cilju pružanja javno dostupne telefonske usluge. Navedeni upitnik se sastoji od dva dijela, a isti sadrži sve potrebne podatke za sprovođenje postupka utvrđivanja, određivanja i analize relevantnih tržišta podložnih *ex-ante* regulaciji.

Prvi dio upitnika se odnosi na uslugu pristupa javnoj komunikacionoj mreži na fiksnoj lokaciji, a drugi dio se odnosi na javno dostupnu telefonsku uslugu. Podaci koji su traženi u upitniku se odnose na period od početka 2008 do kraja 2010 i to na polugodišnjem nivou.

Imajući u vidu činjenicu da su u Crnoj Gori, saglasno prethodno sprovedenom rebalansu tarifa za javno dostupne telefonske usluge, izjednačeni uslovi pružanja ovih usluga pravnim i fizičkim licima, Agencija je razmatrala maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, kao jedinstveno maloprodajno tržište.

Agencija je 18.04.2011. godine je 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
4.	Društvo za projektovanje i izgradnju telekomunikacionih objekata "PTT inženjering" d.o.o.
5.	Crnogorski Elektroprenosni Sistem a.d. Podgorica
6.	Montenegro Connect d.o.o. Podgorica
7.	M-Kabl d.o.o. Podgorica
8.	IP Mont d.o.o. Podgorica
9.	FiberNet d.o.o. Podgorica
10.	VOIP d.o.o. Ulcinj
11.	Pronto-Tel Copmany d.o.o. Podgorica
12.	Elta Mont d.o.o. Nikšić
13.	Montekom d.o.o. Ulcinj
14.	Dimal Telcom d.o.o. Podgorica
15.	Informatika Montenegro d.o.o. Podgorica
16.	Cabling d.o.o. Budva
17.	Dasto Montel d.o.o. Cetinje
18.	Zirex d.o.o. Kotor
19.	MNNEWS d.o.o. Podgorica
20.	VOIP Telekom d.o.o. Podgorica
21.	Dynacom d.o.o. Podgorica
22.	VOX d.o.o. Podgorica
23.	Pošta Crne Gore d.o.o. Podgorica

*Tabela 1. Spisak operatora kojima je dostavljen upitnik*

Podatke su dostavili samo Crnogorski Telekom i IPMONT. Nakon urgencije poslate 07.06.2011. Društvo za telekomunikaciju MTEL d.o.o. i Pošta Crne Gore su dostavili djelimične podatke.

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

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

## 2. UTVRĐIVANJE RELEVANTNOG TRŽIŠTA

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

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

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

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

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

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

Pri određivanju relevantnog tržišta, odnosno dimenzije usluga i geografske dimenzije, polazi se od utvrđivanja supstitucije ponude i supstitucije tražnje. Pomoću supstitucije na strani tražnje utvrđuju se usluge koje korisnici smatraju zamjenskim uslugama tj. supstitutima. Zamjenska usluga - supstitut je svaka usluga koja s obzirom na svoja svojstva, cijenu, namjenu i navike korisnika može zamijeniti drugu uslugu i na taj način zadovoljiti istorodnu potrebu korisnika.

S druge strane, supstitucija na strani ponude ukazuje na spremnost operatora da u kratkom, odnosno srednjem roku ponudi istovjetnu uslugu, bez izlaganja dodatnim troškovima.

Za razliku od potencijalne konkurencije, kod supstitucije na strani ponude aktivni operator odmah reaguje na povećanje cijene, tako da potencijalnom konkurentu treba više vremena kako bi počeo da nudi istovjetnu uslugu na tržištu. U slučaju supstitucije aktivni operatori se ne izlažu dodatnim troškovima, a ulazak potencijalnih konkurenata podrazumijeva značajne nenadoknadive troškove (eng. *sunk cost*).

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

## **2.2 Trenutno stanje na tržištu fiksne mreže u cilju pružanja javno dostupne telefonske usluge koja se pruža na fiksnoj lokaciji mreži u Crnoj Gori**

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

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

Operator javne fiksne elektronske komunikacione mreže i operator javnih fiksne elektronske komunikacionih usluga, ovlašćen je da putem svoje odobrene mreže ponudi sljedeće servise(usluge):

- a) Prenos govora, zvuka i slike,
- b) Prenos podataka,
- c) Faksimil,
- d) Servise inteligentne mreže,
- e) Servise javnih telefonskih govornica,
- f) Servise iznajmljivanja linija,
- g) Servis prenosa govora preko mreža baziranih na internet protokolu,
- h) Servis povratnog poziva,
- i) Servis sa dodatnom vrijednošću (Value Added Services),

i bilo koje druge fiksne telekomunikacione servise.

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

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

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

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

Operator javne kablovske elektronske komunikacione mreže i operator javnih fiksne elektronske komunikacionih usluga;

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

#### **4. IP Mont d.o.o. Podgorica**

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

#### **5. Pošta Crne Gore d.o.o.**

### **2.3 Definicija relevantnog tržišta usluga**

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

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

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

### **2.4 Analiza stepena supstitucije na strani tražnje/ponude**

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

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

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

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

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

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

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

## **2.5 Supstituti poziva koji potiču iz fiksnih komunikacionih mreža**

### **2.5.1 Pozivi iz mobilnih mreža**

#### Analiza stepena supstitucije na strani tražnje

Pri određivanja relevantnog tržišta usluga javno dostupne telefonske usluge prvenstveno se razmatra stepen supstitucije poziva iz fiksnih mreža pozivima iz mobilnih mreža. S obzirom da krajnji korisnik koji želi da ostvari poziv može to učiniti koristeći fiksnu ili mobilnu mrežu, izbor korisnika će opredijeliti funkcionalnost i cijene usluga, kao i njegova odluka da pozive iz fiksne mreže zamijeni pozivima iz mobilne na bazi pojedinog (eng. *call-by-call basis*) ili svih poziva. Funkcionalne razlike između poziva iz fiksnih i poziva iz mobilnih mreža ogleđa se u mobilnosti koja ukazuje na činjenicu da je pristup mobilnim mrežama moguć nezavisno od lokacije, pristup fiksnim mrežama moguć je samo na određenoj fiksnoj lokaciji. Iz prethodno navedenog se lako može zaključiti kako je korisnik koji ostvaruje pristup i mobilnoj i fiksnoj mreži, u mogućnosti da

zamijeni samo pozive iz fiksne mreže pozivima iz mobilne, ali ne i obrnuto. Da bi se ove dvije vrste poziva mogle smatrati supstitutima, potrebno je da iste budu zamjenjive u oba smjera, a što ovdje nije slučaj.

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

**Tabela 2** Maloprodajne cijene međunarodnih poziva iz fiksnih i mobilnih mreže CT-a

\* cijena poziva prema fiksnim brojevima u tarifnoj zoni Evropa

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

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

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

Izvor: Upitnik za Analizu i Cjenovnik Cnogorskog Telekoma

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

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

#### Analiza stepena supstitucije na strani ponude

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

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

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

### Analiza stepena supstitucije na strani tražnje

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

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

### Analiza stepena supstitucije na strani ponude

Veleprodajna usluga izbora operatora olakšava ulazak na tržište novim operatorima koji namjeravaju ili žele ponuditi korisnicima javno dostupnu telefonsku uslugu. S obzirom da se za pružanje usluga poziva prema fiksnim i mobilnim mrežama koristi ista oprema, operator koji namjerava da uđe na tržište i ponudi uslugu izbora operatora može jednostavno, uz minimalne nenadoknadle troškove i u kratkom periodu, uz pozive prema fiksnim mrežama nuditi i pozive prema mobilnim mrežama. Identična je situacija i sa operatorima koji pozive krajnjim korisnicima nude koristeći sopstvenu mrežnu infrastrukturu.

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

## 2.5.3 Pozivi putem internet protokola (VoIP)

### Analiza stepena supstitucije na strani tražnje

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

- **Upravljane (eng. *managed*) VoIP pozive** karakteriše prenos govora koja se pruža putem internet protokola i koji u potpunosti prolazi kroz mrežu operatora.
- **Neupravljane (eng. *non-managed*) pozive** karakteriše prenos govora koja se pruža putem internet protokola i koji istovremeno u jednom svom dijelu prolazi kroz javnu internet mrežu (VoIP), što onemogućava uslugu koja bi po kvalitetu odgovarala javno dostupnoj

telefonskoj usluzi u fiksnoj mreži, i kao takva ne predstavlja supstitut pozivima koji potiču iz fiksnih mreža.

#### Analiza stepena supstitucije na strani ponude

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

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

## **2.6 Određivanje tržišta prema vrstama poziva**

### **2.6.1 Lokalni/međumjesni i međunarodni pozivi**

#### Analiza stepena supstitucije na strani tražnje

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

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

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

#### Analiza stepena supstitucije na strani ponude

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

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

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

### **2.6.2 Pozivi prema brojevima u fiksnim mrežama i pozivi prema brojevima u mobilnim mrežama**

#### Analiza stepena supstitucije na strani tražnje

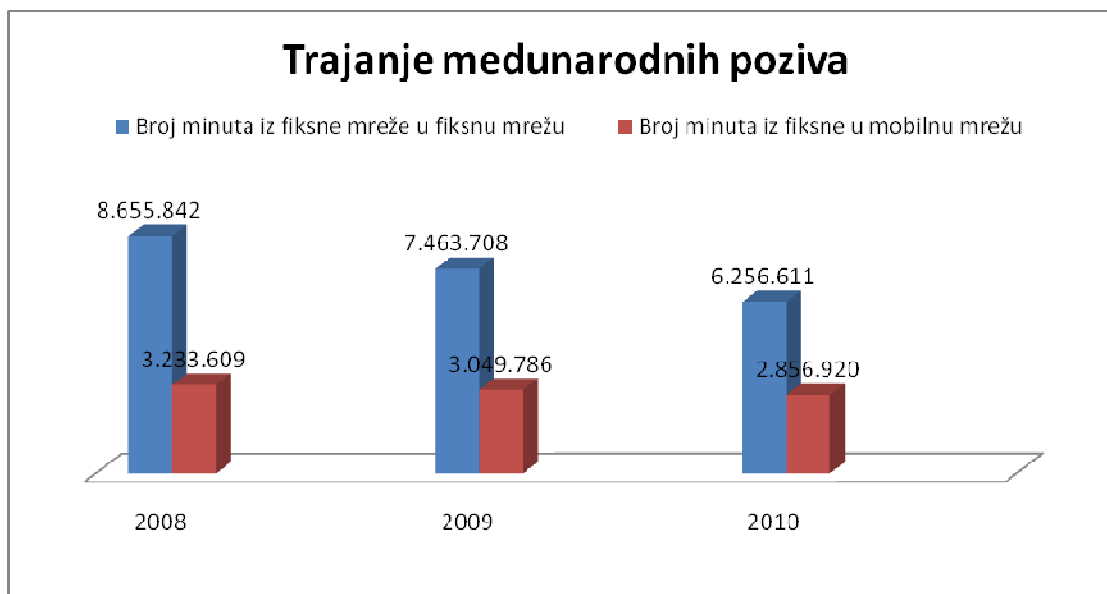
Nakon zaključivanja da lokalni/nacionalni i međunarodni pozivi koji potiču iz fiksnih mreža pripadaju različitim tržištima, Agencija razmatra mogućnost supstitucije poziva prema brojevima u fiksnim mrežama (eng. *fixed-to-fixed*) i poziva prema brojevima u mobilnim mrežama (eng. *fixed-to-mobile*).

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

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

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

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



*Dijagram 1: Trajanje međunarodnih poziva  
Izvor: Upitnik za Analizu*

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

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

#### Analiza stepena supstitucije na strani ponude

Operatori usluga fiksnih mreža su u relevantnom periodu nudili pozive prema fiksnim i prema mobilnim mrežama bez razdvajanja. S obzirom da je oprema potrebna za pružanje poziva prema

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

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

### **2.6.3 Pozivi prema Internet brojevima**

#### Analiza stepena supstitucije na strani tražnje

Pozive prema Internet brojevima ostvaruju korisnici koji pristupaju Internetu putem uskopojasne veze (eng. *dial-up*). Uskopojasni pristup Internetu se ostvaruje kada korisnik bira broj koji je dodijeljen određenom operatoru usluge pristupa Internetu (eng. *ISP-Internet Service Provider*). Funkcionalno, govorni pozivi i uskopojasni pristup Internetu služe u različite svrhe, zbog čega poziv kojim se ostvaruje pristup Internetu ne može biti supstitut govornom pozivu i obrnuto. Iako svi operatori koji nude govorne pozive korisnicima usluga fiksnih mreža, takode nude i cijeli spektar usluga, uključujući i pozive prema Internet brojevima, i nezavisno od toga što korisnik, kada ugovara javno dostupnu telefonsku uslugu, odnosno pozive, ne ugovara odvojeno govorne pozive prema fiksnim mrežama i pozive prema Internet brojevima, Agencija zbog navedene razlike u funkcionalnom smislu ovih vrsta poziva, iste smatra komplementarnim uslugama koje, kao takve, ne pripadaju istom tržištu.

#### Analiza stepena supstitucije na strani ponude

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

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

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

### Analiza stepena supstitucije na strani tražnje

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

### Analiza stepena supstitucije na strani ponude

S obzirom da ulaganja operatora u uslugu izbora operatora pokrivaju pozive prema geografskim i pozive prema negeografskim brojevima, Agencija smatra da bi operator, koji pruža pozive prema negeografskim brojevima putem usluge izbora operatora ili to tek namjerava, u slučaju malog, ali značajnog trajnog povećanja cijena, mogao u kratkom roku i bez izlaganja dodatnim troškovima nuditi korisnicima i pozive prema geografskim brojevima. Isto važi i za operatore koji korisnicima pružaju pozive putem sopstvene mrežne infrastrukture.

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

## **2.7 Korisnici – pravna lica i fizička lica**

### Analiza stepena supstitucije na strani tražnje

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

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

#### Analiza stepena supstitucije na strani ponude

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

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

### **2.8 Geografska dimenzija relevantnog tržišta**

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

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

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

## **2.9 Zaključak Agencije o određivanju relevantnog tržišta**

Na osnovu prethodno izloženog, Agencija je utvrdila da tržište javno dostupne telefonske usluge u Crnoj Gori čine relevantna tržišta i to:

*Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, koje uključuje:*

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

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

Agencija određuje da je relevantno tržište u geografskoj dimenziji nacionalna teritorija Crne Gore.

### 3. TEST TRI KRITERIJUMA

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

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

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

Shodno Preporuci Evropske komisije iz 2003. godine<sup>12</sup>, regulatorna tijela prilikom određivanja da li postoje visoke i trajne prepreke procjenjuju sljedeće kriterijume, koji ne moraju biti kumulativno ispunjeni:

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

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

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

U pogledu nadzora infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije, evidentno je da je Crnogorski Telekom bivši monopolist i vlasnik elektronske komunikacione mreže sa velikim brojem (156.541) PSTN priključaka<sup>13</sup>. Geografska rasprostranjenost telefonskih priključaka je značajna prvenstveno iz razloga što je Crnogorski Telekom nasljednik nekadašnjeg Javnog preduzeća PTT saobraćaja koje je izgradilo sopstvenu pristupnu mrežu u periodu u kojem je imao ekskluzivna prava u oblasti telekomunikacija.

---

<sup>12</sup> ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604

<sup>13</sup> Broj PSTN priključaka iz upitnika na kraju relevantnog perioda

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

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

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

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

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

Na tržištu javno dostupne telefonske usluge trenutno usluge krajnjim korisnicima nudi više operatora, od kojih je samo Crnogorski Telekom vertikalno integrisani operator na maloprodajnom tržištu javno dostupne telefonske usluge kao i povezanim veleprodajnim tržištima pristupa.

Shodno navedenom, a imajući u vidu da Crnogorski Telekom raspolaže mrežnom infrastrukturom na cijelom području Crne Gore, vertikalna integracija i kontrola nad infrastrukturom pružaju mu ključnu prednost u odnosu na druge operatore na maloprodajnom tržištu iz čega se zaključuje da je kod Crnogorskog Telekoma zastupljen visoki stepen vertikalne integracije, koji dodatno jača tržišnu poziciju istog a slabi tržišnu poziciju ostalih operatora na tržištu.

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

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

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

Imajući u vidu činjenicu da Crnogorski Telekom ima status operatora sa značajnom tržišnom snagom na vertikalno integrisanim tržištima, isti ima obavezu da operatorima na tržištu ponudi različite veleprodajne usluge (usluga izbora operatora, usluga izdvojenog pristupa lokalnoj petlji,

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

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

Prethodno navedena tvrdnja je zasnovana na podacima iz upitnika. Naime, operatori koji su u relevantnom vremenskom periodu (2008-2010) krajnjim korisnicima nudili isključivo javno dostupnu telefonsku uslugu koristili su uslugu izbora operatora, dok se usluga izdvojenog pristupa lokalnoj petlji, koja operatorima uz javno dostupnu telefonsku uslugu omogućava pružanje i ostalih maloprodajnih usluga (Internet, IPTV), nije koristila.

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

Na osnovu prikupljenih podataka putem Upitnika, može se zaključiti da u relevantnom periodu na predmetnom tržištu nije postojao operator koji je putem usluge izdvojenog pristupa lokalnoj petlji krajnjim korisnicima nudio isključivo javno dostupnu telefonsku uslugu. Crnogorski Telekom je u relevantnom periodu putem usluge izdvojenog pristupa lokalnoj petlji (selfsupply)<sup>14</sup> nudio javno dostupnu telefonsku uslugu, kao i set usluga (javno dostupna telefonska usluga, usluga širokopojsnog pristupa Internetu, usluga IPTV-a).

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

Agencija smatra da je za procjenu visine nenadoknadivih troškova potrebno analizirati podatke sa tržišta. S obzirom da se javno dostupna telefonska usluga i dalje smatra glavnom uslugom koju

---

<sup>14</sup> Shodno prethodno sprovedenoj analizi Tržišta pristupa infrastrukturi mreže na nivou veleprodaje (uključujući zajednički ili potpuno razvezani pristup na utvrđenoj lokaciji) za period 2006-2008, Agencija smatra da je usluga samosnabdijevanja kojom Crnogorski Telekom omogućava pružanje maloprodajne usluge širokopojsnog pristupa internetu putem ADSL-a, kao i usluge prenosa govora, uključena u to tržište.

novi operatori nude krajnjim korisnicima, novi operatori krajnjim korisnicima nude i uslugu širokopojasnog pristupa Internetu i uslugu IPTV-a.

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

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

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

Agencija smatra da je neophodno praćenje daljeg razvoja tržišta javno dostupne telefonske usluge koji se pruža na fiksnoj lokaciji, tržišno nakon uvođenja dodatne usluge indirektnog pristupa koja će stimulisati dalji razvoj tržišne konkurencije i stvaranje uslova u kojima će novi operatori na istim osnovama kao i Crnogorski Telekom biti u mogućnosti da uvećaju svoje tržišno učešće i omoguće razvoj tržišne konkurencije.

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

U skladu sa prethodno navedenim, Agencija zaključuje da postojanje nenadoknadivih troškova predstavlja značajnu prepreku za ulazak ili opstanak operatora na Maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji tako da i postojanje veleprodajnih ponuda ne uklanja visoke prepreke za razvoj infrastrukturne konkurencije i visoki stepen vertikalne integracije koji ima Crnogorski Telekom, već samo ublažava postojanje istih, ali ne u mjeri u kojoj u odsustvu regulacije ne bi bio ugrožen dalji razvoj efikasne tržišne konkurencije na tržištu javno dostupne telefonske usluge. Agencija svoj stav zasniva na činjenici da postoji samo jedna veleprodajna usluga indirektnog pristupa mreži (usluga izbora operatora, dok dodatna usluga indirektnog pristupa istoj odnosno usluga zakupa korisnicke linije u ovom trenutku ne postoji na tržištu).

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

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

#### **e) Diversifikacija usluga**

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

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

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

#### **f) ekonomija obima**

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

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

#### **g) ekonomije širine**

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

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

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

Shodno preporuci Evropske komisije, pravne ili regulatorne prepreke ne zavise od ekonomskih uslova, već proizlaze iz pravnih, administrativnih ili ostalih sličnih mjera koje indirektno utiču na

ulazak novih operatora na tržište. Na osnovu dokumenta evropske grupe regulatora (ERG)<sup>15</sup>, glavne pravne ili regulatorne prepreke za ulazak na tržište odnose se na sljedeće:

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

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

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

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

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

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

Na osnovu prethodno izloženog Agencija zaključuje da na Maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica, koji se pružaju na fiksnoj lokaciji ne postoje pravne i regulatorne prepreke, dok strukturne prepreke postoje.

*U skladu s navedenim Agencija zaključuje da je prvi kriterijum zadovoljen.*

---

<sup>15</sup> ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604. Evropska Grupa Regulatora promijenila je ime u BEREC (Body of European Regulators for Electronic Communications)

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

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

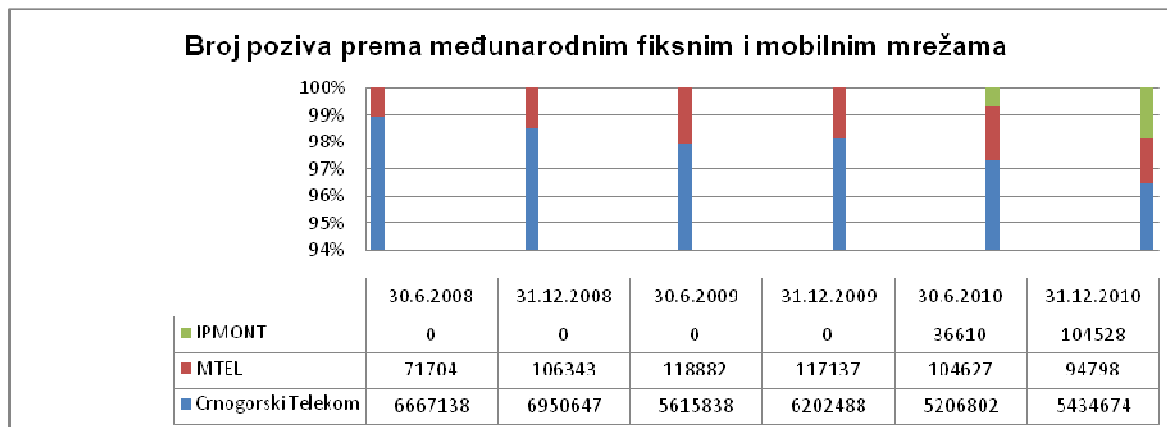
Evropska regulatorna grupa svojim dokumentom<sup>16</sup> upućuje da vremenski period u kome bi trebalo posmatrati kretanje ka efikasnoj tržišnoj konkurenciji trebalo da bude vremenski period određen za analizu relevantnog tržišta, što u predmetnom slučaju predstavlja vremenski period od 3 godine (od 2008-2010) na polugodišnjem nivou.

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

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

#### a) tržišno učešće

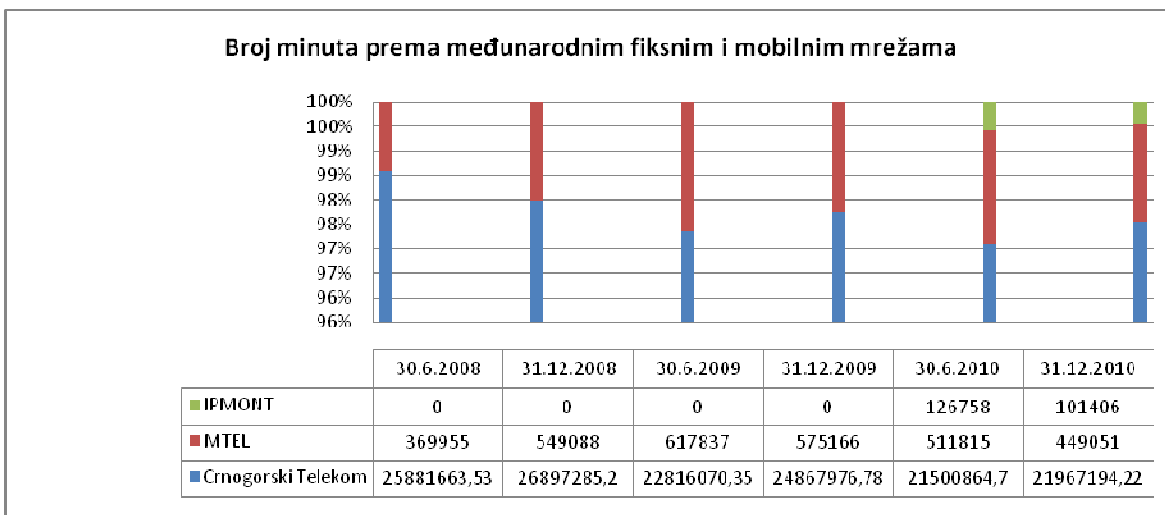
Imajući u vidu da tržišno učešće predstavlja glavni pokazatelj nivoa efikasnosti tržišne konkurencije, upitnicima je predviđeno dostavljanje podataka o broju korisnika i broju minuta za period od 2008 do 2010. godine. Analizom dostavljenih podataka, shodno dijagramu 2 i dijagramu 3, evidentno je da bi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



Dijagram 2. Broj poziva prema međunarodnim fiksnim i mobilnim mrežama

Izvor: Upinik za Analizu

<sup>16</sup> ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604



*Dijagram 3. Broj minuta prema međunarodnim fiksnim i mobilnim mrežama  
Izvor: Upinik za Analizu*

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

#### **b) cjenovna kretanja**

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

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

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

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

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

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

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

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

*U skladu s navedenim Agencija zaključuje da je drugi kriterijum zadovoljen.*

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

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

#### **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 Stepen kompleksnosti otklanjanja nekonkurentnog ponašanja**

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

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

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

Na tržištu se mogu dogoditi situacije u kojima je pravovremena intervencija neophodna kako bi se spriječile ozbiljne ili nepopravljive štete koje mogu biti nanešene konkurenciji od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom. U navedenim slučajevima odnosno u situacijama u kojima je nužna brza intervencija od strane regulatorne institucije, propisi o zaštiti konkurencije, odnosno *ex-post* regulacija, ne bi bili dovoljni, već je u navedenim slučajevima potrebna *ex ante* regulacija. Primjena mjera *ex ante* regulacije doprinosi razvoju konkurencije na tržištu kroz podsticanje efikasnosti ulaganja kod infrastrukture čiji obim nije lako udvostručiti.

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

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

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

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

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

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

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

*U skladu s navedenim, Agencija zaključuje da je treći kriterijum zadovoljen.*

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

Prema mišljenju Agencije, a kako je i dokazano u poglavljima 3.1., 3.2. i 3.3. ovog dokumenta, relevantno maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji je podložno ex-ante regulaciji, iz razloga što su kumulativno zadovoljena sva tri kriterijuma iz tačke 3 Odluke o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti Testa tri kriterijuma.

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

## 4. PRILOZI

### 4.1 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 nacrti analiza daje sljedeće

## M I Š L J E N J E

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 Vujić**