

Na osnovu člana 8, 9 i 50 Zakona o elektronskim komunikacijama („Službeni list Crne Gore, br. 50/2008), Savjet Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost, na svojoj sjednici od 27.10.2011.god, donosi

## **PRAVILNIK O REGULACIJI CIJENA MALOPRODAJNIH ELEKTRONSKIH KOMUNIKACIONIH USLUGA KOJE SE PRUŽAJU PUTEM JAVNIH FIKSNIH TELEFONSKIH MREŽA**

### **I OSNOVNE ODREDBE**

#### **Sadržaj Pravilnika**

##### **Član 1**

Ovim Pravilnikom se propisuju uslovi i način kontrole cijena, sprečavanje primjene cijena kojima se ograničava konkurencija i uređuje regulacija maloprodajnih cijena usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža.

#### **Značenja pojedinih izraza**

##### **Član 2**

Izrazi upotrijebljeni u ovom Pravilniku imaju sledeće značenje:

1. **Ograničenje nivoa maloprodajnih cijena (eng. Price cap)** je metod koji daje podsticaj operatoru sa značajnom tržišnom snagom da poveća svoju efikasnost i da poboljša kvalitet mreže i usluga. Metod **Price cap-a** dozvoljava operatoru sa značajnom tržišnom snagom da u određenim granicama izmijeni cijene određenih usluga u okviru korpi usluga koje definiše Agencija.

2. **Indeks potrošačkih cijena** (*eng. Consumer Price Index-CPI*) je pokazatelj prosječne promjene cijena svih proizvoda i usluga koje domaćinstva koriste u svrhu potrošnje. Indeks potrošačkih cijena služi kao mjera inflacije u Crnoj Gori.
3. „**X**“ faktor -predstavlja promjenu vrijednosti faktora produktivnosti.
4. **Cijene kojima se ograničava konkurencija** (*eng. Margin Squeeze*) označava situaciju kada vertikalno integrisani operator sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom veleprodajnom tržištu povećava veleprodajne cijene usluge svojim konkurentima na maloprodajnom tržištu i/ili smanjuje svoje maloprodajne cijene (takođe se naziva i *price squeeze*), čime značajno povećava prosječne troškove (ili smanjuje marže) konkurentskih kompanija na maloprodajnom tržištu i time ugrožava profitabilnost njihovih maloprodajnih segmenata, koji se nadmeću na maloprodajnim tržištima sa maloprodajnim segmentima operatora sa značajnom tržišnom snagom.
5. „**Kombinovane usluge**“ (*eng. Bundling*) se odnose na način pružanja proizvoda i usluga i određivanja cijena od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom. U slučaju jedinstvenog paketa usluga (*eng. Pure Bundling*), proizvodi se prodaju samo zajedno u fiksnim proporcijama. U slučaju kombinovanih paketa usluga (*eng. Mixed Bundling*), proizvodi mogu biti dostupni i zasebno, ali zbir cijena kada se nude zasebno je veći od cijene kombinovanog paketa usluga.
6. „**Vezane usluge**“ (*eng. Tying*) predstavlja situacije kada se od korisnika koji kupuju jedan proizvod (“osnovni proizvod”) zahtijeva da od operatora sa značajnom tržišnom snagom kupe i drugi proizvod (“vezani proizvod”).Vezivanje može da bude na tehničkoj osnovi ili putem ugovora.

## Primjena Pravilnika

### Član 3

Ukoliko Agencija u postupku analize određenog relevantnog maloprodajnog tržišta utvrdi da na tom tržištu nema efikasne konkurencije i da obaveze nametnute na odgovarajućem veleprodajnom tržištu ne bi dale očekivane rezultate Agencija rješenjem može operatoru narediti preduzimanje mjera koje mogu uključivati zabranu: obračunavanja prekomjernih cijena, ometanja ulaska na tržište ili ograničavanja konkurencije postavljanjem previsokih ili preniskih cijena, davanja neopravdanih prednosti određenom korisniku ili neosnovanog vezivanja određenih usluga.

Agencija određivanjem odgovarajućih mjera može propisati jednu od sledećih metoda određivanja cijena usluga (kontrolu maloprodajnih cijena) i to: metodu ograničavanja maloprodajnih cijena i metodu troškovne orijentacije cijena.

## II MJERE KONTROLE CIJENA

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

#### Član 4

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

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

Formula za ocjenu primjene metode ograničenja nivoa maloprodajnih cijena je slijedeća:

$$AIC_t \leq \sum_{i=1}^n PCI_{t-1} \times (1 + I_t - X(q))$$

u kojoj simboli imaju posebna značenja:

**AIC<sub>t</sub>** – aktuelni indeks cijena usluga u godini *t*, odnosno ponderisani prosjek promjene cijena koje primjenjuje operator;

**PCI<sub>t-1</sub>** -Price cap index u prethodnoj godini *t-1*, maksimalno dozvoljeni ponderisani prosjek promjene cijena koji je mogao da primijeni operator u određenom potperiodu (godina) (*eng. Sub-period*) od ukupnog perioda trajanja price cap-a (N godina);

**I<sub>t</sub>** – faktor inflacije u godini *t* –CPI indeks (*eng. Consumer Price Index-CPI*);

**X** – faktor produktivnosti; može imati pozitivne ili negativne vrijednosti jer on, između ostalog, odražava istorijsku produktivnost jedne privredne djelatnosti.

Pozitivan (negativan) faktor *X* odražava bar jedan od sledeća dva uslova:

- (1) Regulisani sektor je u stanju da poveća svoju produktivnost brže (sporije) nego drugi sektori privrede,
- (2) Cijene inputa angažovanih u regulisanom sektoru rastu sporije (brže) nego cijene inputa drugih sektora privrede.

**q**- kvalitet usluge.

Faktor *X* se množi obrnutom funkcijom *q* koja omogućava da se uzme u obzir kvalitet usluge. Promjene u cijenama treba djelimično koristiti za unaprijeđenje kvaliteta pristupne mreže. Agencija će periodično pratiti u kojoj su mjeri promjene koje se odnose na kvalitet usluga u skladu sa parametrima utvrđenim odgovarajućim propisom i u zavisnosti od performansi korigovati vrijednost  $Xq$  faktora.

$i=1,2,\dots,n$  – broj usluga iz okvira korpe usluga.

## **Osnovni parametri metoda ograničenja nivoa maloprodajnih cijena**

### Član 5

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

Agencija utvrđuje opseg usluga na koje se odnosi metod ograničenja nivoa maloprodajnih cijena, sastav korpi usluga i vrijednost faktora *X*.

Agencija vrši integrisanje usluga u jednu ili više korpi usluga, čiji sastav razmatra prilikom godišnje provjere implementacije propisanog metoda.

Prilikom razmatranja sastava pojedinih korpi usluga, Agencija ima u vidu stepen konkurencije na relevantnim maloprodajnim tržištima i ciljeve rebalansa tarifa.

Agencija odobrava cijene za sve usluge unutar korpe usluga ukoliko je ispoštovano opšte ograničenje koje se odnosi na čitavu korpu usluga, propisano metodom ograničenja nivoa maloprodajnih cijena.

Agencija može da uvede i posebno ograničenje na kretanje cijena individualnih usluga (*eng.Sub-cap*) kako bi dodatno obezbijedila realizaciju ciljeva koji se žele ostvariti pomoću opšteg ograničenja.

Agencija određuje period važenja metoda ograničenja nivoa maloprodajnih cijena. Period važenja metoda može uključivati više potperioda (*eng.Sub period*) u trajanju od jedne godine.

Agencija će na kraju svakog potperioda trajanja metoda ograničenja nivoa maloprodajnih cijena razmotriti vrijednost parametara i eventualno pristupiti njihovoj korekciji.

### **Relevantne informacije i podaci za primjenu metoda ograničenja nivoa maloprodajnih cijena**

#### **Član 6**

Operator sa značajnom tržišnom snagom na koga se primjenjuje metoda ograničenja nivoa maloprodajnih cijena je dužan da dostavi Agenciji sledeće informacije i podatke:

- (1) detaljne informacije koje uključuju opšte uslove pružanja usluga koje su predmet ovog metoda regulacije;
- (2) podatke o obimu saobraćaja i prihodu ostvarenom od pružanja usluga uključenih u korpu usluga, kao i njihovo učešće u strukturi prihoda;
- (3) informacije o kretanjima cijena usluga koje su uključene u korpu usluga tokom perioda primjene metoda ograničenja nivoa maloprodajnih cijena.

### **Obavještavanje o izmjenama cijena**

#### **Član 7**

Operator sa značajnom tržišnom snagom je dužan najmanje 30 dana prije početka primjene cijena obavijestiti Agenciju.

Agencija će u roku od 30 dana od dana prijema obavještenja o izmjeni cijena iz stava 1 ovog člana procijeniti da li su predložene izmjene u skladu sa opštim

ograničenjem metode regulacije cijena. U slučaju konstatovane usklađenosti Agencija daje saglasnost na izmjene cijena.

Uz obavještenje o planiranim izmjenama cijena Agenciji se mora dostaviti i sledeće:

- (1) Obračun finansijskog efekta izmjena cijena na nivo aktuelnog indeksa cijena usluga, sa detaljnim prikazom polaznih pretpostavki u obračunu;
- (2) Izjava o usklađenosti nivoa predložene izmjene cijena sa cjenovnim ograničenjem propisanim u slučaju individualnih usluga (*eng.Subcap*).

### **Verifikacija primjene metoda ograničenja nivoa maloprodajnih cijena**

#### **Član 8**

Agencija sprovodi godišnji pregled i verifikaciju primjene metoda ograničenja nivoa maloprodajnih cijena. Operator sa značajnom tržišnom snagom je dužan da dostavi na verifikaciju relevantne podatke o ostvarenom obimu potrošnje usluga iz korpi usluga, usklađene sa zvaničnim finansijskim izvještajem operatora i izjavu kojom se potvrđuje koherentnost i objektivnost podataka, najkasnije do 1. avgusta svake godine.

Uslovi koji podliježu verifikaciji od strane Agencije su slijedeći:

- (1) iznos realne promjene cijena za svaku godinu primjene metoda ograničenja nivoa maloprodajnih cijena;
- (2) obračun aktuelnog indeksa cijena usluge, odnosno korpe usluga.
- (3) uslovi za uključivanje ili isključivanje usluga iz korpi usluga;
- (4) kriterijumi za utvrđivanje vrijednosti faktora produktivnosti, kao što su: očekivana stopa produktivnosti operatora, sektora ili privrede u cjelini; stopa produktivnosti operatora u odnosu na operatore koji pružaju ekvivalentne usluge na objektivno uporedivim tržištima.

Cijene korišćene prilikom verifikacije su one koje je operator sa značajnom tržišnom snagom primjenjivao. Popusti ili promotivne cijene se ne mogu koristiti za verifikaciju bez izričite saglasnosti Agencije.

Operator sa značajnom tržišnom snagom dužan je primijeniti izmjene cijena usluga u okviru korpe usluga u prvih šest mjeseci perioda primjene, i to najmanje za polovinu ukupne vrijednosti očekivane promjene u prihodima. Za prenošenje efekata promjene cijena u narednu godinu potrebna je saglasnost Agencije.

## **Metod troškovne orijentacije cijena**

### **Član 9**

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

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

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

Operator iz stava 2. ovog člana dužan je objaviti godišnje regulatorne finansijske informacije revidirane od strane nezavisnog revizora i izvještaj o usklađenosti sa regulatornim obavezama.

### III MJERE ZA SPREČAVANJE ANTIKONKURENTSKE PRAKSE I PRIMJENE CIJENA KOJIMA SE OGRANIČAVA KONKURENCIJA

#### Primjena testova za utvrđivanje cijena kojima se ograničava konkurencija (eng. *Margin squeeze*)

##### Član 10

Veleprodajne i maloprodajne cijene usluga koje operator sa značajnom tržišnom snagom pruža pojedinačno ili u paketu usluga moraju biti takve da ne omogućavaju istiskivanje sa tržišta konkurentskih kompanija koje koriste veleprodajne proizvode operatora sa značajnom tržišnom snagom i rade na istim maloprodajnim tržištima kao i maloprodajni segment tog operatora

U postupku *ex ante* identifikacije aktivnosti koje predstavlja zloupotrebu od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom, Agencija primjenjuje test za utvrđivanje prisustva cijena kojima se ograničava konkurencija (*eng. Margin squeeze*) na maloprodajne ponude operatora sa značajnom tržišnom snagom, kojim provjerava usklađenost nivoa troškova pružanja maloprodajnih usluga sa troškovima pružanja veleprodajnih usluga, u cilju dokazivanja opravdanosti, objektivnosti i transparentnosti maloprodajnih cijena. Agencija koristi kod primjene testa informacije iz regulatornih finansijskih izvještaja koje se odnose na maloprodajne usluge i njima pripadajuće veleprodajne usluge.

Kod primjene ovog testa, Agencija stavlja akcenat na procjenu replikabilnosti ponuda operatora sa značajnom tržišnom snagom tako što, između ostalog, utvrđuje razliku između cijena na veleprodajnim i maloprodajnim tržištima, tehničke i druge uslove pružanja veleprodajnih usluga, kao što su promotivne cijene, popusti.

Agencija može da sprovede jedan od dva tipa testa na maloprodajne ponude operatora sa značajnom tržišnom snagom za utvrđivanje postojanja cijena kojima se ograničava konkurencija i to :

(1) prvi test je tzv. „Test jednako efikasnog operatora“ (*eng. Equally efficient operator test*), kojim se utvrđuje da li su maloprodajni segmenti vertikalno integrisanog operatora koji ima značajnu tržišnu snagu na relevantnom tržištu profitabilni na maloprodajnom tržištu ukoliko plaćaju istu cijenu veleprodajne usluge koja se naplaćuje i od konkurentskih operatora, to jest:



$$P \geq W + X + R$$

gdje simboli imaju sledeće značenje:

**P** – maloprodajna cijena usluge koju je predložio operator sa značajnom tržišnom snagom;

**W** – regulisana cijena veleprodajnih usluga koja se naplaćuje od alternativnog operatora;

**X** – ostali troškovi mreže, zasnovani na troškovima koje ima maloprodajni segment operatora sa značajnom tržišnom snagom kada koristi veleprodajnu uslugu i utvrđuju se na način da se ponuda operatora sa značajnom tržišnom snagom može replicirati od strane drugih operatora koji koriste istu veleprodajnu usluge koje koristi maloprodajni segment operatora sa značajnom tržišnom snagom;

**R** – maloprodajni troškovi operatora sa značajnom tržišnom snagom.

(2) drugi test je tzv. „Test razumno efikasnog operatora“ (*eng. Reasonably efficient operator test*), kojim se utvrđuje da li je razlika između cijene veleprodajne usluge i cijene maloprodajne usluge vertikalno integrisanog operatora dovoljna da obezbijedi profitabilno poslovanje za „razumno efikasnog operatora“ na tržištu maloprodaje, to jest:

$$P \geq W + X_{ano} + R_{ano}$$

gdje simboli imaju sledeće značenje:

**P** – cijena predložene maloprodajne usluge operatora sa značajnom tržišnom snagom;

**W** – regulisana cijena veleprodajne usluge koja se naplaćuje od alternativnog operatora;

**X<sub>ano</sub>** – ostali troškovi razumno efikasnog operatora koji pruža veleprodajnu uslugu;

**R<sub>ano</sub>** – troškovi razumno efikasnog operatora koji pruža maloprodajnu uslugu.

Operator sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom maloprodajnom tržištu dužan je dostaviti Agenciji obavještenje o ponudama maloprodajnih usluga, sa detaljnim obrazloženjem uslova, najmanje 30 dana prije njihovog stupanja na snagu.

Agencija će u roku od 30 dana, primijeniti test za utvrđivanje cijena kojima se ograničava konkurencija na maloprodajne ponude operatora sa značajnom tržišnom snagom. Ukoliko maloprodajna ponuda na ispuni uslove iz testa, Agencija će donijeti rješenje kojim se odbija davanje saglasnosti na istu.

#### **IV MJERE KOJIMA SE SPREČAVA DAVANJE NEOPRAVDANIH PREDNOSTI ODREĐENIM KATEGORIJAMA KRAJNJIH KORISNIKA**

##### **Principi prilikom utvrđivanja maloprodajnih cijena**

###### **Član 11**

Operator koji ima značajnu tržišnu snagu na relevantnom maloprodajnom tržištu dužan je da se prilikom utvrđivanja maloprodajnih cijena rukovodi principima nediskriminatornosti i transparentnosti, na osnovu kojih Agencija sprovodi mjere kojima se sprečava davanje neopravdanih prednosti određenim kategorijama krajnjih korisnika.

##### **Nediskriminatornost**

###### **Član 12**

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

## **Transparentnost**

### **Član 13**

Operator sa značajnom tržišnom snagom dužan je učiniti transparentnim cjenovnik usluga na kome će jasno i nedvosmisleno biti prezentirane cijene svih javno dostupnih telefonskih usluga na fiksnoj lokaciji za pravna i fizička lica, odnosno cijene svih kombinovanih paketa, popusti i objektivni kriterijumi za odobravanje popusta kod određenih usluga, odnosno kombinovanih paketa, kao i ostale relevantne informacije koje se tiču uslova korišćenja usluga.

Operator sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom maloprodajnom tržištu dužan je dostaviti Agenciji obavještenje o izmjenama cijena ili uslova pružanja usluga, sa detaljnim obrazloženjem razloga izmjene, najmanje 30 dana prije početka njihove primjene.

## **Mjere koje preduzima Agencija**

### **Član 14**

Agencija će ispitati poštovanje principa transparentnosti, nediskriminatornosti i troškovne orijentisanosti cijena, kao i identifikovati potencijalne anti-konkurentske aktivnosti i eventualno donijeti rješenje u skladu sa ovim Pravilnikom i Zakonom.

## **V MJERE KOJIMA SE SPREČAVA NEOSNOVANO VEZIVANJE ODREĐENIH USLUGA**

### **Zabrana primjene ponuda kojim se vrši neosnovano vezivanje usluga**

### **Član 15**

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

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

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

## **VI ZAVRŠNE ODREDBE**

### **Stupanje na snagu**

#### **Član 16**

Ovaj Pravilnik stupa na snagu osmog dana od dana objavljivanja u Službenom listu Crne Gore.

Broj: 01-5003/2

Podgorica, 27.10.2011.godine

**AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE  
I POŠTANSKU DJELATNOST**