



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

NACRT

**VELEPRODAJNO TRŽIŠTE PRISTUPA I ZAPOČINJANJA**  
**(ORIGINACIJE) POZIVA IZ JAVNIH MOBILNIH**  
**TELEFONSKIH MREŽA**

**-Test tri kriterijuma –**

Podgorica, oktobar 2023. godine

## SADRŽAJ:

1. REZIME .....	5
2. UVOD .....	9
2.1 Regulatorni okvir Evropske unije za elektronske komunikacije .....	9
2.2 Pravni osnov za sprovođenje analize tržišta usluga elektronskih komunikacija.....	13
2.3 Saradnja sa Agencijom za zaštitu konkurencije.....	15
2.4 Hronološki redosljed aktivnosti Agencije u postupku analize relevantnih tržišta .....	15
2.5 Pregled dosadašnjih aktivnosti.....	17
3. DEFINICIJA RELEVANTNOG TRŽIŠTA .....	19
3.1 Opis postupka definisanja tržišta .....	19
3.2 Pregled i karakteristike tržišta mobilne telefonije u Crnoj Gori.....	21
3.2.1 One Crna Gora d.o.o. Podgorica .....	21
3.2.2 Crnogorski Telekom A.D. Podgorica.....	22
3.2.3 Mtel d.o.o. Podgorica .....	22
3.2.4 Pokrivenost teritorije i stanovništva mrežama mobilnih operatora .....	22
3.3 Relevantno tržište u dimenziji usluga.....	25
3.3.1 Analiza stepena supstitucije na strani tražnje/ponude .....	25
3.3.2 Analiza stepena supstitucije na strani tražnje – maloprodajni nivo .....	26
3.3.2.1 Pozivi započeti u fiksnim mrežama kao supstitutivna usluga pozivima započetim u mobilnim mrežama .....	27
3.3.2.2 SMS usluge .....	28
3.3.2.3 Neupravljeni pozivi putem internet protokola (VoIP) kao zamjenska usluga pozivima započetim u mobilnim mrežama .....	29
3.3.2.4 Rezidencijalni korisnici i poslovni korisnici .....	29
3.3.2.5 Usluge za postpaid korisnike i prepaid korisnike .....	30
3.3.2.6 Usluge mobilnog širokopojasnog pristupa internetu .....	31
3.3.2.7 Pristup mobilnim mrežama putem različitih tehnoloških platformi.....	32
3.3.3 Analiza stepena supstitucije na strani ponude -maloprodajni nivo.....	33
3.3.4 Zaključak o stepenu sustitucije – maloprodajni nivo .....	34
3.3.5 Analiza stepena supstitucije na strani tražnje – veleprodajni nivo.....	34
3.3.5.1 Oblici pristupa mobilnim mrežama.....	35
3.3.5.2 Veleprodajne usluge koje se pružaju preko mreža različitih mobilnih operatora	36
3.3.5.3 Usluga za sopstvene potrebe (eng. <i>self-supply</i> ) .....	36
3.3.5.4 Usluge pristupa i originacije iz fiksnih mreža.....	37
3.3.6 Analiza stepena supstitucije na strani ponude – veleprodajni nivo.....	38

3.3.7	Zaključak o stepenu sustitucije – veleprodajni nivo .....	39
3.4	Relevantno tržište u geografskoj dimenziji .....	39
3.5	Zaključak o određivanju relevantnog tržišta .....	40
4.	TEST TRI KRITERIJUMA .....	41
4.1	Prvi kriterijum: postojanje snažnih i trajnih barijera za ulazak na tržište strukturne, pravne ili regulatorne prirode .....	41
4.1.1	Strukturne barijere ulaska na tržište .....	42
4.1.1.1	Nadzor infrastrukture koju nije lako replicirati.....	42
4.1.1.2	Prisustvo nenadoknadivih troškova ( <i>eng. sunk costs</i> ) .....	44
4.1.1.3	Ekonomija obima.....	44
4.1.1.4	Ekonomija širine.....	45
4.1.1.5	Stepen vertikalne integracije.....	45
4.1.2	Pravne ili regulatorne prepreke ulaska na tržište .....	46
4.1.2.1	Potreba za administrativnom odlukom, odnosno dozvolom, kako bi se moglo započeti sa komercijalnim radom.....	47
4.1.2.2	Ograničenja i uslovi povezani sa upotrebom radio-frekvencijskog spektra .....	47
4.1.2.3	Uticaji načina na koji je postavljena regulacija na nove operatore koji planiraju ulazak na tržište .....	48
4.1.3	Zaključak o prvom kriterijumu .....	49
4.2	Drugi kriterijum: struktura tržišta ne pokazuje tendencije razvoja efikasne tržišne konkurencije u odgovarajućem vremenskom periodu, ne dužem od tri godine .....	49
4.2.1	Tržišna učešća operatora .....	50
4.2.1.1	Tržišna učešća prema broju korisnika.....	50
4.2.1.2	Tržišna učešća prema obimu odlaznog saobraćaja .....	52
4.2.1.3	Tržišna učešća prema prihodima od mobilne telefonije .....	54
4.2.2	Dinamika tržišta mobilne telefonije.....	55
4.2.3	Cjenovna kretanja.....	58
4.2.4	Stepen diversifikacije proizvoda.....	60
4.2.5	Zaključak o drugom kriterijumu.....	61
4.3	Treći kriterijum: primjena propisa kojima se uređuje zaštita konkurencije ne obezbjeđuje efikasno otklanjanje nedostataka na tržištu.....	61
4.3.1	Stepen opšteg nekonkurentnog ponašanja .....	61
4.3.2	Stepen kompleksnosti uklanjanja nekonkurentnog ponašanja .....	62
4.3.3	Nekonkurentno ponašanje može dovesti do nepopravljive štete na relevantnom tržištu ili na povezanim tržištima.....	62
4.3.4	Potreba za regulatornom intervencijom kako bi se dugoročno osigurao razvoj efikasne konkurencije na tržištu .....	62
4.3.5	Zaključak o trećem kriterijumu .....	63

4.4	Mišljenje Agencije o ispunjenosti uslova za sprovođenje ex ante regulacije na predmetnom relevantnom tržištu.....	64
	Prilog 1:.....	65

## 1. REZIME

Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost<sup>1</sup> je, shodno članu 8 Zakona o elektronskim komunikacijama<sup>2</sup> („Sl. list Crne Gore“ broj 40/13, 56/13, 2/17 i 49/19) nezavisni regulatorni organ koji, u vršenju javnih ovlaštenja u sektoru elektronskih komunikacija, obavlja regulatorne i druge poslove utvrđene ZEK-om. Agencija, shodno članu 11 tačka 18 ZEK-a, između ostalog, sprovodi analizu relevantnih tržišta, utvrđuje operatore sa značajnom tržišnom snagom i preduzima regulatorne mjere za sprečavanje negativnih efekata značajne tržišne snage operatora.

Osnovni cilj postupka analize tržišta je da se utvrdi da li postoji na određenom tržištu efikasna tržišna konkurencija ili na tom tržištu postoji operator ili više operatora koji imaju značajnu ili zajedničku značajnu tržišnu snagu na relevantnom tržištu. Na osnovu rezultata sprovedene analize Agencija će odrediti, zadržati, izmijeniti ili ukinuti regulatorne obaveze navedene u članovima od 71 do 78 ZEK-a.

Agencija je u sprovođenju postupka analize tržišta, koji je propisan članom 64 ZEK-a, uzela u obzir preporuke, mišljenja i smjernice odgovarajućih organa i organizacija Evropske unije, odnosno drugih relevantnih međunarodnih organa ili organizacija. S tim u vezi Agencija je polazila od Preporuke Evropske komisije o relevantnim tržištima proizvoda i usluga u sektoru elektronskih komunikacija podložnim prethodnoj (lat. *ex-ante*) regulaciji (2014/710/EC) i Smjernica Evropske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage shodno zajedničkom regulatornom okviru za elektronske komunikacione mreže i usluge.

Tržišta obuhvaćena navedenom Preporukom su relevantna tržišta koja su podložna *ex-ante* regulaciji, s obzirom na činjenicu da su na istim istovremeno zadovoljeni svi uslovi iz Testa tri kriterijuma. Međutim, nacionalna regulatorna tijela imaju ovlaštenja sama da utvrde, imajući u vidu specifičnosti nacionalnih tržišta, da su pojedina tržišta van liste od četiri gore navedena relevantna tržišta, podložna *ex-ante* regulaciji, ali uz uslov da se dokaže da su na tim tržištima istovremeno zadovoljeni uslovi Testa tri kriterijuma.

Na relevantnim tržištima koja istovremeno zadovoljavaju sva tri kriterijuma iz člana 65 stav 3 ZEK-a, Agencija primjenjuje postupak analize tržišta čiji je osnovni cilj utvrditi postoji li na određenom tržištu efikasna tržišna konkurencija ili na tom tržištu postoji jedan ili više operatora koji imaju značajnu tržišnu snagu.

Ukoliko u navedenom postupku utvrdi da određeno relevantno tržište nije podložno prethodnoj regulaciji, Agencija donosi rješenje o ukidanju svih prethodno određenih regulatornih obaveza operatorima sa značajnom tržišnom snagom.

---

<sup>1</sup> u daljem tekstu Agencija

<sup>2</sup> u daljem tekstu ZEK

Agencija je pokrenula postupak provjere ispunjenosti uslova Testa tri kriterijuma na relevantnim tržištima za koja su, saglasno Odluci o relevantnim tržištima usluga koja su predmet ispunjenosti Testa tri kriterijuma sa ciljem dokazivanja opravdanosti dalje primjene prethodne regulacije ("Sl. list CG", br. 31/2019), sprovedeni testovi tri kriterijuma i analize okončane sredinom 2020. godine, a imajući u vidu član 64 stav 4 Zakona o elektronskim komunikacijama koji propisuje obavezu da Agencija sprovodi postupak analiza relevantnih tržišta najmanje jednom u tri godine.

Savjet Agencije je usvojio Odluku o pokretanju ponovnog postupka provjere ispunjenosti uslova Testa tri kriterijuma sa ciljem dokazivanja opravdanosti dalje primjene prethodne regulacije 0306-7570/1 od 22.12.2022. godine na sljedećim relevantnim tržištima usluga:

- Maloprodajno tržište pristupa javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji, za fizička i pravna lica,
- Maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji,
- Maloprodajno tržište javno dostupne usluge međunarodnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji,
- Veleprodajno tržište poziva koji potiču (originiraju) iz javne fiksne telefonske mreže,
- Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža.

S obzirom da Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža nije sastavni dio Preporuke Evropske komisije (2014/710/EU), neophodno je sprovesti provjeru ispunjenosti uslova iz Testa tri kriterijuma, kao preduslova za primjenu *ex-ante* regulacije.

Pripremljen je upitnik kojim su specificirani tehnički, statistički, operativni i finansijski podaci koji se odnose na period od poslednje tri godine od 2020. do 2022. godine (na godišnjoj osnovi) neophodni za sprovođenje postupka definicije relevantnog tržišta i sprovođenje Testa tri kriterijuma.

Nakon prijema popunjenih upitnika, Agencija je otpočela sprovođenje Testa tri kriterijuma za Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža.

Osnovni koraci u sprovođenju Testa tri kriterijuma su sljedeći:

- Definicija relevantnog tržišta usluga na tržištu elektronskih komunikacija;
- Provjera ispunjenosti uslova iz Testa tri kriterijuma.

U uvodnom dijelu dokumenta dat je pregled regulative Evropske unije u oblasti elektronskih komunikacija sa naglaskom na razvoju efikasne konkurencije i sprečavanja monopolskog

ponašanja operatora koji imaju značajnu tržišnu snagu. Na pregled regulative Evropske unije nadovezuje se pravni osnov za sprovođenje postupka analize tržišta u Crnoj Gori.

### *I Definicija relevantnog tržišta usluga i relevantnog geografskog tržišta*

Na bazi sprovedene definicije relevantnog tržišta usluga Agencija je zaključila da Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža čine sljedeće usluge:

- Usluga omogućavanja svih vrsta pristupa od strane operatora mobilnih mreža (eng. *MNO*);
- Usluga započinjanja (originacije) svih vrsta odlaznih poziva, SMS poruka i prenosa podataka za operatore, nezavisno od poslovnog modela;
- Usluga pristupa za sopstvene potrebe i usluga započinjanja (originacije) poziva iz sopstvene mreže, SMS poruka i prenosa podataka i mreže drugih operatora koje se pružaju za sopstvene potrebe.

Relevantno tržište započinjanja (originacije) poziva jedinstveno je za sve operatore mobilnih mreža i uključuje započinjanje (originaciju) poziva iz mobilnih mreža, nezavisno je li poziv upućen sa mobilnog uređaja koji podržava 2G, 3G, 4G i 5G LTE tehnologiju.

Takođe, na bazi sprovedene analize Agencija je odredila da je relevantno tržište Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža u geografskoj dimenziji, nacionalna teritorija Crne Gore.

### *II Test tri kriterijuma*

Prethodnoj regulaciji podliježe tržište na kome postoje strukturne, regulatorne i druge trajnije prepreke koje onemogućavaju ulazak novih konkurenata i na kome nije moguće obezbijediti razvoj konkurencije bez prethodne regulacije. Tržišta koja nijesu sastavni dio Preporuke Evropske komisije o relevantnim tržištima (2014/710/EU), nacionalna regulatorna tijela i dalje mogu regulisati, ali na način da dokažu da su na tim tržištima istovremeno zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma).

Prema članu 65 stav 3 ZEK-a Agencija može utvrditi da prethodnoj regulaciji mogu biti podložna i druga tržišta koja istovremeno ispunjavaju sljedeće kriterijume:

1. Postojanje snažnih i trajnih barijera za ulazak na tržište, strukturne, pravne i regulatorne prirode;
2. Struktura tržišta ne pokazuje tendencije razvoja efikasne tržišne konkurencije u odgovarajućem vremenskom periodu, ne dužem od tri godine i
3. Primjena propisa kojima se uređuje zaštita konkurencije ne obezbjeđuje efikasno otklanjanje nedostataka na tržištu.

U slučaju da su istovremeno zadovoljena sva tri kriterijuma, Agencija je u mogućnosti da sprovede analizu kojom se utvrđuje nivo tržišne konkurencije, odnosno utvrđuje se postoje li na tržištu operatori sa značajnom tržišnom snagom.

Agencija je sprovedla Test tri kriterijuma na Veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža i utvrdila da su na istom sva tri kriterijuma ispunjena, čime je Test tri kriterijuma, shodno članu 65 ZEK-u, zadovoljen na ovom tržištu. Shodno navedenom, Agencija je zaključila da je ovo tržište podložno prethodnoj (*ex-ante*) regulaciji.



## 2. UVOD

### 2.1 Regulatorni okvir Evropske unije za elektronske komunikacije

Regulatorni okvir Evropske unije iz 2002. godine, koji je dopunjen i izmijenjen 2009. i 2018. godine, rezultat je dugog i kontinuiranog procesa rasprava i analiza o načinima ostvarivanja najprikladnijeg okruženja za razvoj efikasne konkurencije u sektoru elektronskih komunikacija.

Regulatorni okvir Evropske unije danas predstavlja regulatorni model koji je prihvaćen kao najbolji poznati model i u mnogim zemljama koje nijesu članice Evropske unije, među kojima je i Crna Gora. Regulatorni okvir je u skladu sa tendencijom konvergencije i obuhvata sve mreže i usluge elektronskih komunikacija. Regulatorni okvir Evropske unije iz 2002. godine, sadrži sljedeće direktive:

- Direktiva Evropske komisije o zajedničkom regulatornom okviru za elektronske komunikacione mreže i usluge („Okvirna direktiva “)<sup>3</sup>;
- Direktiva Evropske komisije o pristupu i interkonekciju elektronskih komunikacionih mreža i pripadajućih kapaciteta („Direktiva o pristupu “)<sup>4</sup>;
- Direktiva Evropske komisije o odobrenju na području elektronskih komunikacionih mreža i usluga („Direktiva o odobrenju “)<sup>5</sup>;
- Direktiva Evropske komisije o univerzalnom servisu i pravima korisnika vezanim za elektronske komunikacione mreže i usluge („Direktiva o univerzalnom servisu “)<sup>6</sup>;
- Direktiva Evropske komisije o zaštiti privatnosti i povjerljivosti komunikacija u sektoru elektronskih komunikacija („Direktiva o privatnosti u elektronskim komunikacijama “)<sup>7</sup>.

Regulatorni okvir Evropske unije iz 2002. godine, dopunjen je i izmijenjen 2009. godine, donošenjem dvije directive i jedne uredbe. Regulatorni okvir izmijenjen je i dopunjen sljedećim dokumentima:

- Uredba 1211/2009 o uspostavljanju Tijela evropskih regulatora za elektronske komunikacije (BEREC)<sup>8</sup>;
- Direktiva 2009/136/EC kojom se mijenjaju Direktiva 2002/22/EC o univerzalnom servisu, Direktiva 2002/58/EC o korišćenju podataka o ličnosti i Pravilnik 2006/2004 o saradnji nacionalnih organa nadležnih za primjenu propisa o zaštiti prava potrošača – Direktiva o pravima građana<sup>9</sup>;

---

<sup>3</sup> Directive 2002/21/EC Framework Directive (OJ of the EC L 108/33 from 24.04.2002).

<sup>4</sup> Directive 2002/19/EC Access Directive (OJ of the EC L 108/7 from 24.04.2002).

<sup>5</sup> Directive 2002/20/EC Authorisation Directive (OJ of the EC L 108/21 from 24.04.2002).

<sup>6</sup> Directive 2002/22/EC Universal Service Directive (OJ of the EC L 108/51 from 24.04.2002).

<sup>7</sup> Directive 2002/58/EC Directive on Privacy and electronic communications (OJ of the EC L 201/37 from 31.07.2002).

<sup>8</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>9</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, kojom se mijenjaju Direktiva 2002/21/EC o zajedničkom okviru, Direktiva 2002/19/EC o pristupu i interkonenciji i Direktiva 2002/20/EC o izdavanju odobrenja za mreže i usluge – Direktiva o boljoj regulaciji<sup>10</sup>.

Evropska komisija je u decembru 2018. godine usvojila Direktivu (EU) 2018/1972 Evropskog parlamenta i Savjeta od 11. decembra 2018. godine<sup>11</sup> o zajedničkom regulatornom okviru za elektronske komunikacione mreže i usluge, koja predstavlja trenutno važeći regulatorni okvir na području elektronskih mreža i komunikacionih usluga. U uvodnom dijelu Direktive pod stavkom (125) stavlja se van snage Direktive 2002/19/EC, 2002/20/EC, 2002/21/EC, 2002/22/EC, a pri tome se upućivanja na direktive stavljene van snage smatraju upućivanjima na ovu Direktivu i čitaju se u skladu s korelacionom tablicom kako je definisano u Prilogu XIII navedene Direktive.

Evropska Komisija je na osnovu navedenih direktiva, preporuka i smjernica dodatno definisala regulatorni okvir. Evropska komisija je 2002. godine objavila Smjernice za nacionalna regulatorna tijela o definisanju i analizi relevantnih tržišta<sup>12</sup>, utvrđivanju statusa operatora sa značajnom tržišnom snagom i nametanju regulatornih obaveza. Osnovna svrha Smjernica je doprinos harmonizaciji primjene regulatornih načela, i konzistentnosti regulacije. Korišćenjem iste metodologije definisanja i analize tržišta obezbjeđuje se da većina tržišta definisanih za potrebe sektorski specifične regulacije odgovaraju definicijama koje bi bile primjenjene saglasno propisima o zaštiti konkurencije.

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>13</sup> o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja je sadržala 18 tržišta koja podliježu *ex-ante* regulaciji, a koja je zamijenjena i
- Preporuku (2007/879/EC)<sup>14</sup> o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja sadrži 7 tržišta koja podliježu *ex-ante* regulaciji.
- Preporuku (2014/710/EU)<sup>15</sup> o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja sadrži 4 tržišta koja podliježu *ex-ante* regulaciji.

Na osnovu direktive iz 2018. godine (Direktiva (EU) 2018/1972), Evropska komisija je usvojila sljedeću preporuku o relevantnim tržištima na području elektronskih komunikacija: Preporuku

---

10 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.

11 Directive (EU) 2018/1972 of the European Parliament and of the Council of 11 December 2018 establishing the European Electronic Communications Code

12 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 EC C 165/6 from 11.07.2002).

13 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).

14 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.

15 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 2014/710 from 9 October 2014).

(EU) 2020/2245 o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja sadrži 2 tržišta koja podliježu *ex-ante* regulaciji.<sup>16</sup>

Preporuka iz februara 2003. godine (2003/311/EC) je sadržala 18 tržišta podložnih prethodnoj regulaciji (Tabela 1), 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 (2007/879/EC), postoji 7 relevantnih tržišta koja su podložna prethodnoj regulaciji. Tržišta koja više nisu sastavni dio Preporuke o relevantnim tržištima iz 2007. godine, 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).

Evropska komisija je 9. oktobra 2014. godine usvojila Preporuku (2014/710/EC) o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja podliježu *ex-ante* regulaciji u skladu sa Direktivom Evropskog parlamenta i Evropskog savjeta o zajedničkom regulatornom okviru za elektronske komunikacione mreže i usluge. Preporukom su definisana sljedeća tržišta usluga i to:

- 1) Veleprodajno tržište završavanja (terminacije) poziva u sopstvenoj telefonskoj mreži koji se pružaju na fiksnoj lokaciji;
- 2) Veleprodajno tržište završavanja (terminacije) poziva u mobilnoj telefonskoj mreži;
- 3) a) Veleprodajni lokalni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji;  
b) Veleprodajni centralni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji za proizvode za masovno tržište;
- 4) Veleprodajni visokokvalitetni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji.

Tržišta obuhvaćena Preporukom (2014/710/EC) su relevantna tržišta koja su podložna *ex-ante* regulaciji, s obzirom na činjenicu da su na istim istovremeno zadovoljeni svi uslovi iz Testa tri kriterijuma. Međutim, nacionalna regulatorna tijela imaju ovlaštenja sama da utvrde, imajući u vidu specifičnosti nacionalnih tržišta, da su pojedina tržišta van liste od četiri gore navedena relevantna tržišta, podložna *ex-ante* regulaciji, ali uz uslov da se dokaže da su na tim tržištima istovremeno zadovoljeni uslovi Testa tri kriterijuma.

Evropska komisija je 29. decembra 2020. godine usvojila Preporuku (EU) 2020/2245 o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja podliježu *ex-ante* regulaciji u skladu sa Direktivom (EU) 2018/1972 Evropskog parlamenta i Savjeta od 11. decembra 2018. godine o Evropskom elektronskom komunikacionom kodu. Preporukom su definisana sljedeća tržišta usluga i to:

1. Veleprodajni lokalni pristup koji se pruža na fiksnoj lokaciji;
2. Veleprodajni garantovani kapaciteti.

---

16 COMMISSION RECOMMENDATION (EU) 2020/2245 of 18 December 2020 on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive (EU) 2018/1972 of the European Parliament and of the Council establishing the European Electronic Communications Code

ZEK još uvijek nije usklađen sa odredbama Direktive (EU) 2018/1972 pa se iz tog razloga nijesu stekli preduslovi za primjenu navedene Preporuke Evropske komisije o relevantnim tržištima usluga (EU) 2020/2245 u Crnoj Gori.

U Tabeli br.1 dat je pregled svih tržišta podložnih *ex-ante* regulaciji u skladu sa odredbama preporuka Evropske komisije o relevantnim tržištima iz 2003, 2007, 2014. i 2020. godine.

Naziv relevantnog tržišta	Preporuke Evropske komisije			
	2003/311/E3	2007/879/E3	2014/710/EU	(EU) 2020/2245
Maloprodajno tržište pristupa javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji	1-2	1		
Maloprodajno tržište javno dostupne telefonske usluge	3-6			
Maloprodajno tržište osnovnog skupa iznajmljenih linija	7			
Veleprodajno tržište originacije poziva u javnoj telefonskoj mreži	8	2		
Veleprodajno tržište terminacije poziva u javnoj telefonskoj mreži	9	3	1 Veleprodajno tržište terminacije poziva u javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji	
Veleprodajno tržište usluge tranzitiranja saobraćaja u fiksnoj javnoj telefonskoj mreži	10			
Veleprodajno tržište (fizičkog) pristupa infrastrukturi mreže (uključujući zajednički ili potpuno razvezani pristup na utvrđenoj lokaciji)	11	4	3a) Veleprodajno tržište lokalnog pristupa mreži na fiksnoj lokaciji	1 Veleprodajno tržište lokalnog pristupa mreži na fiksnoj lokaciji
Veleprodajno tržište širokopojasnog pristupa	12	5	3b) Veleprodajno tržište središnjeg pristupa za masovno tržište	
Veleprodajno tržište iznajmljivanja završnih segmenata telekomunikacione mreže	13	6	4)Veleprodajno tržište visokokva-litetnog pristupa koji se pruža na fiksnoj lokaciji	2 Veleprodajni garantovani kapaciteti
Veleprodajno tržište iznajmljivanja prenosnih segmenata telekomunikacione mreže	14			
Veleprodajno tržište pristupa i originacije poziva u mobilnoj mreži	15			

Veleprodajno tržište terminacije poziva u mobilnoj mreži	16	7	2 Veleprodajno tržište terminacije poziva u mobilnoj mreži	
Veleprodajno tržište za međunarodni roming	17			
Veleprodajno tržište usluga emitovanja prenosa	18			

**Tabela br. 1: Tržišta podložna prethodnoj regulaciji (ex-ante) prema preporukama Evropske komisije**

## 2.2 Pravni osnov za sprovođenje analize tržišta usluga elektronskih komunikacija

Prethodno navedene direktive (osim poslednje iz 2018. godine) implementirane su u crnogorsko zakonodavstvo kroz ZEK, kojim je u članu 11 utvrđena, između ostalih, nadležnost Agencije da sprovodi analizu relevantnih tržišta, utvrđuje operatore sa značajnom tržišnom snagom i preduzima regulatorne mjere za sprečavanje negativnih efekata značajne tržišne snage operatora.

U cilju obezbjeđenja konkurencije na tržištu elektronskih komunikacija prema ZEK-u u Poglavlju VI (članovi 63 – 78) definisan je postupak analize tržišta usluga elektronskih komunikacija, određivanja i analize relevantnih tržišta, određivanje operatora sa značajnom snagom i nalaganje obaveza, kao i skup obaveza koje se mogu naložiti operatoru sa značajnom tržišnom snagom. 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 članova 71 do 78 ZEK-a, pri čemu Agencija uzima u obzir načelo racionalnosti i proporcionalnosti, uz obrazloženje naređenih mjera.

ZEK-om je propisano da se prilikom određivanja relevantnih tržišta iz člana 64 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.

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

1. Postojanje snažnih i trajnih barijera za ulazak na tržište, strukturne, pravne i regulatorne prirode;
2. Struktura tržišta ne pokazuje tendencije razvoja efikasne tržišne konkurencije u odgovarajućem vremenskom periodu, ne dužem od tri godine;

3. Primjena propisa kojima se uređuje zaštita konkurencije ne obezbjeđuje efikasno otklanjanje nedostataka na tržištu.

Shodno navedenom, u slučaju istovremene ispunjenosti sva tri kriterijuma, u skladu sa članom 66 ZEK-a, Agencija je u mogućnosti da vrši *ex-ante* regulaciju, kako preostalih tržišta koja su bila sastavni dio starih preporuka o relevantnim tržištima, tako i bilo kojih drugih tržišta koja su specifična za područje elektronskih komunikacionih mreža i usluga u Crnoj Gori.

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 prethodno navedenih dimenzija relevantnog tržišta, Agencija će, u saradnji sa Agencijom 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 određenom relevantnom tržištu jedan ili više operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Shodno članu 69 ZEK-a, Agencija rješenjem određuje operatora, odnosno operatore sa značajnom tržišnom snagom na tom tržištu, pri čemu nalaže preduzimanje najmanje jedne od mjera iz članova 71 do 78 ZEK-a, uz primjenu načela racionalnosti i proporcionalnosti.

Predmetno Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža nije navedeno je u Preporuci (2014/710/EU), što znači da je Evropska komisija zaključila da na ovom tržištu nijesu zadovoljeni uslovi sva tri kriterijuma, odnosno da nije podložno *ex-ante* regulaciji.

Agencija je pokrenula postupak provjere ispunjenosti uslova Testa tri kriterijuma na relevantnim tržištima za koja su, saglasno Odluci o relevantnim tržištima usluga koja su predmet ispunjenosti Testa tri kriterijuma sa ciljem dokazivanja opravdanosti dalje primjene prethodne regulacije ("Sl. list CG", br. 31/2019), sprovedeni testovi tri kriterijuma i analize okončane sredinom 2020. godine, a imajući u vidu član 64 stav 4 Zakona o elektronskim komunikacijama koji propisuje obavezu da Agencija sprovodi postupak analiza relevantnih tržišta najmanje jednom u tri godine.

S tim u vezi Savjet Agencije je usvojio Odluku o pokretanju ponovnog postupka provjere ispunjenosti uslova Testa tri kriterijuma sa ciljem dokazivanja opravdanosti dalje primjene prethodne regulacije 0306-7570/1 od 22.12.2022. godine na sljedećim relevantnim tržištima usluga:

1. Maloprodajno tržište pristupa javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji, za fizička i pravna lica,
2. Maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji,
3. Maloprodajno tržište javno dostupne usluge međunarodnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji,
4. Veleprodajno tržište poziva koji potiču (originiraju) iz javne fiksne telefonske mreže,
5. Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža.

## **2.3 Saradnja sa Agencijom za zaštitu konkurencije**

Imajući u vidu činjenicu da član 65 ZEK-a propisuje da Agencija u saradnji sa organom nadležnim za zaštitu konkurencije određuje, prati i preispituje relevantne usluge i relevantna geografska tržišta u Crnoj Gori u sektoru usluga elektronskih komunikacija, kao i da shodno članu 66 ZEK-a Agencija sprovodi postupak određivanja relevantnog tržišta u skladu sa propisima kojima se uređuje zaštita konkurencije, 28.04.2009. godine Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost i Uprava za zaštitu konkurencije<sup>17</sup> su potpisale Sporazum o saradnji na području obezbjeđenja konkurencije i predupređenja štetnih efekata nedostatka konkurencije na tržištu usluga elektronskih komunikacija.

Savjet Agencije je, po pribavljenom Mišljenju Agencije za zaštitu konkurencije broj: 04-354/22-857/2 od 19.12.2022. godine kojim je Agencija za zaštitu konkurencije iskazala saglasnost na predloženi tekst Odluke, donijela Odluku o pokretanju ponovnog postupka provjere ispunjenosti uslova Testa tri kriterijuma sa ciljem dokazivanja opravdanosti dalje primjene prethodne regulacije imajući u vidu član 64 stav 4 ZEK-a koji propisuje obavezu da Agencija sprovodi postupak analiza relevantnih tržišta najmanje jednom u tri godine. Mišljenje se nalazi u Prilogu 1.

## **2.4 Hronološki redosljed aktivnosti Agencije u postupku analize relevantnih tržišta**

Evropski regulatorni okvir (Okvirna Direktiva Evropske komisije) upućuje da se prilikom određivanja relevantnih tržišta usluga i relevantnih geografskih tržišta uvažavaju nacionalne okolnosti i specifičnosti.

Nakon sagledavanja više faktora koji se odnose na veličinu i strukturu tržišta Crne Gore, postojeći nivo razvoja tržišta elektronskih komunikacija, kao i ciljeve regulatorne politike, Savjet Agencije je

---

<sup>17</sup> Stari naziv za Agenciju za zaštitu konkurencije

odredio pet relevantnih tržišta, koja su predmet provjere ispunjenosti Testa tri kriterijuma sa ciljem dokazivanja opravdanosti dalje primjene prethodne regulacije.

- Savjet Agencije je na sjednici od 17.11.2022. godine usvojio Nacrt odluke o pokretanju onovnog postupka provjere ispunjenosti uslova Testa tri kriterijuma sa ciljem dokazivanja opravdanosti dalje primjene prethodne regulacije, saglasno Odluci o relevantnim tržištima iz 2019. godine („Sl. list Crne Gore“, broj 32/19), a na osnovu člana 64 stav 4 ZEK-a koji propisuje obavezu da Agencija sprovodi postupak analiza relevantnih tržišta najmanje jednom u tri godine.
- Tokom javnog konsultativnog postupka u vezi Nacrta odluke o pokretanju ponovnog postupka provjere ispunjenosti uslova Testa tri kriterijuma sa ciljem dokazivanja opravdanosti dalje primjene prethodne regulacije, koji je trajao od 18.11.2022. godine do 16.12.2022. godine, Crnogorski Telekom je jedini dostavio svoje komentare.
- Savjet Agencije je, na sjednici održanoj 22.12.2023. godine, po pribavljenom Mišljenju Agencije za zaštitu konkurencije broj: 04–354/22–857/2 od 19.12.2022. godine (Prilog 1. ovog Dokumenta) donio Odluku o pokretanju ponovnog postupka provjere ispunjenosti uslova Testa tri kriterijuma sa ciljem dokazivanja opravdanosti dalje primjene prethodne regulacije.
- Pripremljen je upitnik koji se odnosi na relevantno tržište Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža. Upitnikom su specificirani tehnički, statistički, operativni i finansijski podaci koji se odnose na period od poslednje tri godine od 2020. do 2022.godine (na godišnjoj osnovi) neophodni za sprovođenje postupka definicije relevantnog tržišta i sprovođenje Testa tri kriterijuma.
- Agencija je Upitnik dostavila operatorima 10.04.2023. godine uz obavezu da se traženi podaci po Upitniku dostave najkasnije do 17.04.2023. godine. Nakon zahtjeva predstavnika operatora, rok za dostavu popunjenih upitnika je produžen još 10 dana.

Upitnik je upućen sljedećim operatorima:

1. Crnogorski Telekom a.d, Moskovska 29, Podgorica
2. One Crna Gora d.o.o, Rimski trg 4, Podgorica
3. Mtel d.o.o, Bulevar Svetog Petra Cetinjskog 143, Podgorica

- Nakon prijema popunjenog upitnika Agencija je pristupila provjeri ispunjenosti Testa tri kriterijuma na Veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža.
- Savjet Agencije je na sjednici održanoj xx.xx.2023. godine usvojio tekst Nacrta Testa tri kriterijuma na Veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža. Postupak javnih konsultacija, sproveden je u skladu sa Uputstvom o vođenju javnog konsultativnog procesa 0901-4451/1 od 19.05.2017. godine, i trajao je od xx. xx. 2023. godine do xx.xx.2023. godine.
- U zadatom roku komentari, mišljenja i sugestije na tekst Nacrta Testa tri kriterijuma na veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža pristigli su od Agencije za zaštitu konkurencije, XXXX.



- Savjet Agencije je na sjednici održanoj **xx.xx.2023.** godine usvojio Izvještaj o sprovedenom konsultativnom procesu u vezi tekstova Nacrta Testa tri kriterijuma za tržišta:
  1. Maloprodajno tržište pristupa javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji, za fizička i pravna lica,
  2. Maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji,
  3. Maloprodajno tržište javno dostupne usluge međunarodnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji,
  4. Veleprodajno tržište poziva koji potiču (originiraju) iz javne fiksne telefonske mreže,
  5. Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža
- U poglavlju **XX.** ovog dokumenta – **X.X. Prilog X.** dat je pregled pristiglih komentara tokom procesa javnih konsultacija na tekst Nacrt Testa tri kriterijuma, kao i odgovori Agencije na iste.
- Savjet Agencije je na sjednici održanoj **XX.XX.2023.** godine usvojio konačan tekst Testa tri kriterijuma na Veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža.

## **2.5 Pregled dosadašnjih aktivnosti**

Agencija je 2019. godine sprovela postupak definicije tržišta i odredila dimenziju usluga i geografsku dimenziju relevantnog tržišta pod nazivom Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža. Nakon što je odredila relevantno tržište, Agencija je sprovela Test tri kriterijuma kojim je dokazala kumulativnu ispunjenost uslova iz Testa, čime su ispunjeni preduslovi za sprovođenje postupka analize predmetnog relevantnog tržišta. Agencija je nadalje sprovela postupak analize relevantnog tržišta, na osnovu kriterijuma potrebnih za procjenu operatora sa zajedničkom značajnom tržišnom snagom, a u skladu sa ZEK-om, a na osnovu utvrđenih prepreka na tržištu Crnogorskom Telekomu, Mtel-u i Telenor-u, kao operatorima sa zajedničkom značajnom tržišnom snagom, odredila slijedeće regulatorne obaveze:

1. Obaveza objavljivanja podataka;
2. Obaveza obezbjeđivanja nediskriminatornosti;
3. Obaveza odvojenog vođenja računovodstvenih evidencija;
4. Obaveza omogućavanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja;
5. Obaveza kontrole cijena i vođenja troškovnog računovodstva.

Navedeno je detaljno obrazloženo u dokumentu” *Analiza Veleprodajnog tržišta pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža* “, dostupnim na internet stranicama Agencije.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup>[https://www.ekip.me/media/documents/general/1601116425\\_Analiza\\_Veleprodajnog\\_trziste\\_pristupa\\_i\\_zapocinjanja\\_\(originacije\)\\_poziva\\_iz\\_mobilnih\\_mreza.pdf](https://www.ekip.me/media/documents/general/1601116425_Analiza_Veleprodajnog_trziste_pristupa_i_zapocinjanja_(originacije)_poziva_iz_mobilnih_mreza.pdf)

### 3. DEFINICIJA RELEVANTNOG TRŽIŠTA

#### 3.1 Opis postupka definisanja tržišta

Definisanje relevantnog tržišta je prvi korak u postupku sprovođenja analize relevantnog tržišta. Prilikom definisanja određenog relevantnog tržišta uzimaju se u obzir očekivani ili predviđeni tehnološki ili ekonomski razvoj u nekom budućem vremenskom periodu koji se obično podudara sa rokom za sprovođenje narednog kruga analize relevantnog tržišta. Dakle, sagledavanje operativnih podataka i performansi, koji se odnose na raniji vremenski period, omogućava Agenciji projekciju razvoja i trendova na relevantnom tržištu do očekivanog roka za sprovođenje sljedeće analize relevantnog tržišta.

Relevantno tržište je skup svih javno ponuđenih elektronskih komunikacionih usluga, koje su po svojim karakteristikama i namjeni međusobno supstitutivne 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. Definicija relevantnih tržišta se može mijenjati i mijenja se sa promjenom osobina usluga i mogućnostima supstitucije kod ponude i tražnje.

Saglasno propisima Evropske unije o zaštiti konkurencije, relevantna tržišta imaju dvije dimenzije i to: relevantno tržište usluga i relevantno geografsko tržište.

Relevantno tržište usluga čine one usluge, koje su, posmatrano sa pozicije krajnjeg korisnika, međusobno supstitutivne zbog svojih karakteristika, cijena ili namjene. Drugim riječima, dimenziju relevantnog tržišta usluga čine sve ponuđene usluge koje su po svojim karakteristikama, namjenama i cijenama međusobno supstitutivne, tako da postoje efekti supstitucije na strani tražnje, na strani ponude ili mogućnost ulaska potencijalne konkurencije.

U svrhu definisanja tržišta, pri određivanju supstituta, može se koristiti se 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, usljed preorijentacije krajnjih korisnika ka supstitutivnim uslugama. Primjena pomenutog testa ogleda se u postavljanju pitanja i traženju odgovora šta se događa u situaciji malog, ali značajnog i trajnog povećanja cijena usluge uz pretpostavku da cijene svih drugih usluga ostanu iste, pri čemu se po pravilu u obzir uzima trajni rast cijena od 5–10%.

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:

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

Kod analiza stepena supstitucije na strani tražnje utvrđuje se asortiman usluga koje krajnji korisnik može smatrati supstitutivnim uslugama na relevantnom tržištu. Stepen supstitucije na strani tražnje predstavlja stepen supstitucije javno dostupnih elektronskih komunikacionih usluga na relevantnom tržištu zbog kojih krajnji korisnici mogu odgovoriti na povećanje cijene jedne usluge prelaskom na korišćenje druge usluge istog operatora ili iste, odnosno supstitutivne usluge drugih operatora na relevantnom tržištu. Supstitucija na strani tražnje dešava se u trenutku kada korisnik određene usluge prelazi na druge, supstitutivne usluge kao odgovor na relativno povećanje cijene usluge koju koristi. Ukoliko operator koji nudi određenu uslugu, poveća cijenu te usluge, korisnici su u mogućnosti da pređu na supstitutivne usluge drugih operatora, pa na taj način operatora koji je povećao cijenu svoje usluge prisile da cijene vrati na nivo na koji su bile prije povećanja, iz razloga što će početi da gubi svoje korisnike, a samim tim i prihode. Primjena ovog argumenta zavisi od supstitucije na strani tražnje, odnosno, što je supstitucija na strani tražnje jače izražena, operatori su više ograničeni u povećanju cijena svojih usluga krajnjim korisnicima.

Kod supstitucije na strani ponude vrši se analiza koja treba da pokaže da li potencijalni pružalac javnih elektronskih komunikacionih usluga, koji pruža druge usluge, a koje ne pripadaju istom tržištu usluga, može brzo (u kratkom, odnosno srednjem roku) i uz relativno male troškove ponuditi konkretnu uslugu na relevantnom tržištu kao odgovor malom, ali značajnom, trajnom povećanju cijena usluge od strane hipotetičkog monopoliste. Kod supstitucije na strani ponude operator koji nudi uslugu odmah reaguje na povećanje cijene, dok je potencijalnim konkurentima potrebno više vremena i ulaganja nenadoknadivih troškova (eng. *sunk costs*) za pružanje istovjetne usluge na tržištu.

Prilikom procjene postojanja potencijalne tržišne konkurencije potrebno je utvrditi njen nivo i uslove na relevantnom tržištu pod kojima novi tržišni učesnici 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.

Geografsku dimenziju relevantnog tržišta čini područje na kojem su određeni operatori ili pružaoci usluga uključeni u ponudu i tražnju za proizvodima i uslugama, a na kojem su uslovi konkurencije dovoljno homogeni da se to područje razlikuje od susjednih područja gdje su uslovi konkurencije bitno drugačiji.

## 3.2 Pregled i karakteristike tržišta mobilne telefonije u Crnoj Gori

U periodu od 01.01.2020. do 31.12.2022. godine, što predstavlja relevantan period za ovu Analizu, u Crnoj Gori postoje tri operatora javnih mobilnih mreža koja nude elektronske komunikacione usluge na komercijalnoj osnovi i to su: Crnogorski Telekom a.d. Podgorica, One Crna Gora d.o.o. Podgorica (do februara 2022. godine je poslovao pod nazivom Telenor) i Mtel d.o.o. Podgorica.

### 3.2.1 One Crna Gora d.o.o. Podgorica

One Crna Gora d.o.o. Podgorica je prva mobilna mreža u Crnoj Gori koja je osnovana 1996. godine. U radio-pristupnoj mreži One Crna Gora su implementirane 2G (GSM, uključujući GPRS i EDGE), 3G (IMT2000/UMTS, uključujući HSPA+ i DC-HSPA), 4G (LTE 3GPP rel 8) i 5G (NR, puštena u komercijalni rad u junu 2022. godine) tehnologije.

IMS sistem predstavlja NGN (*Next Generation Network*) platformu koja se zasniva na All-IP rješenju, podržava različite vrste pristupnih tehnologija (optika, MW, ADSL, 3G, LTE...), i služi kao osnova za konvergenciju fiksnih i mobilnih servisa (FMC – *Fixed-Mobile Convergence*).

Radio-mreža se sastoji od: GSM 900 (koji se upotrebljava od 1996.), GSM 1800 (koji se upotrebljava od 2000. godine), UMTS pristupne tehnologije u opsezima 900MHz i 2100MHz, LTE pristupne tehnologije u opsezima 900MHz, 1800MHz, 2100MHz, 2600 i 2600TDD - koristeći pogodnosti principa tehnološke neutralnosti, a od 2022. i od NR, radio mreže pete generacije. U potpuno standardizovanom 3GPP mrežnom sistemu, različiti blokovi frekvencija (GSM900, GSM1800, UMTS900, UMTS2100, LTE1800, LTE2100, LTE2600, LTE2600TDD) i pristupne tehnologije (GSM, UMTS, LTE, NR) su kompatibilni i komplementarni.

One radio mrežu čine 458 lokacija koje emituju makar jedan od signala 2G, 3G, 4G ili 5G tehnologije.

GSM mrežu čine dva kontrolera GSM baznih stanica (BSC) i 436 BTS lokacija. Što se tiče kontrolera UMTS baznih stanica, One u okviru svoje mreže ima dva UMTS kontrolera (RNC) i 435 NodeB lokacija. RNC kapaciteti aktuelnog isporučioča opreme su prilično visoki, i proširuju se prema potrebama rasta saobraćaja u budućem periodu. U LTE radio mreži se nalaze 458 eNodeB lokacije, preko kojih se pružaju 4G servisi na području čitave teritorije Crne Gore. 5G radio mreža na dan 30.12.2022. broji 26 gNodeB lokacija.

Od 2022. godine, u One mreži je komercijalno dostupna Peta generacija radio-pristupne mreže. Radio mreža se emituje iz 5G baznih stanica, koje se nazivaju gNodeB, a koja uz 5G jezgro i odgovarajući mobilni uređaj (MS) sa USIM-om, čini 5G sistem.

### 3.2.2 Crnogorski Telekom A.D. Podgorica

Crnogorski Telekom a.d. Podgorica je mobilna telekomunikaciona kompanija osnovana 2000.godine.

U radio-pristupnoj mreži su implementirane 2G (GSM, uključujući GPRS i EDGE), 3G (IMT2000/UMTS, uključujući HSPA+ i DC-HSPA), 4G (LTE 3GPP rel 8) i 5G (NR, puštena u komercijalni rad u martu 2022. godine)) tehnologije.

Mobilna mreža Crnogorskog Telekoma je zasnovana na GSM i WCDMA i LTE standardu. Radio mreža podržava 2G (GSM) tehnologiju na 900 MHz i 1800 MHz, 3G (WCDMA) tehnologiju na 2100 MHz i 900 MHz, 4G (LTE) tehnologiju na 1800 MHz, 2600 MHz i 800 MHz i 5G (NR DSS) tehnologiju u frekvencijskom opsegu 2100MHz, korišćenjem funkcionalnosti Dinamičko dijeljenje spektra (DSS – Dynamic Spectrum Sharing).

### 3.2.3 Mtel d.o.o. Podgorica

Mtel d.o.o Podgorica je osnovan 2007.godine. Radio pristupna mreža za 2G mobilnu telefoniju je bazirana na tehnologiji GSM/GPRS/EDGE, 3G radio pristupna mreža podržava WCDMA/HSPA+ tehnologiju sa brzinama od 42 Mbit/s (downlink) i 5.76 Mbit/s (uplink) i 4G mreža podržava maksimalne brzine downloada od 375 Mbps i 50 Mbps upload-a.

U mreži ima 1 2G RBS-a tipa Ericsson 2109 i 382 "multi standard" RBS-a. Ukupan broj lokacija je 383. Na 6 lokacija su postavljeni ripiteri od čega 5 pojačavaju i 2G i 3G tehnologiju, a jedan samo 2G tehnologiju. Na 10 lokacija su objekti u kojima je urađeno *inbuilding* pokrivanje.

### 3.2.4 Pokrivenost teritorije i stanovništva mrežama mobilnih operatora

Operatori One Crna Gora, Crnogorski Telekom i Mtel svoje usluge nude na čitavom području Crne Gore.

Najveći progres na planu razvoja mobilnih elektronskih komunikacionih mreža u analiziranom periodu se desio u pristupnom dijelu LTE/LTE-Advanced mreža sva tri operatora, kao i početku komercijalnog pružanja 5G usluga u mrežama Crnogorskog Telekoma i One (mart odnosno jun 2022. godine).

Crnogorski Telekom je do kraja 2022. godine implementirao LTE radio bazne stanice u opsezima 800 MHz, 1800 MHz, 2 GHz i 2,6 GHz na 377 lokacija, od čega je na 72 lokacije implementirana 2CA tehnika, na 44 lokacije 3CA tehnika, a na 63 lokacije 4CA tehnika. Osnovna pokrivenost

signalom LTE mreže Crnogorskog Telekomu iznosi oko 97% stanovništva Crne Gore, dok pokrivenost signalom LTE mreže u smislu mogućnosti pružanja usluge prenosa podataka sa minimalnim protokom ka korisniku od 10 Mb/s iznosi 96,8% stanovništva Crne Gore (podaci su dobijeni putem softverske predikcije). Na kraju 2022. godine u pristupnom dijelu LTE mreže Crnogorskog Telekomu je bilo aktivno 198.175 PRB (Primary Resource Block) blokova, što je preko 30% više nego na kraju 2021. godine.

Prema rezultatima softverske predikcije, signalom NR mreže Crnogorskog Telekomu na kraju 2022. godine bilo je pokriveno je oko 75% stanovništva Crne Gore, a 5G usluge su bile dostupne u svim opštinama u Crnoj Gori, sa izuzetkom Andijevice, Petnjice, Plužina, Šavnika i Tuzi. Implementirano je ukupno 78 NR radio baznih stanica u opsegu 2 GHz.

Prema rezultatima softverske predikcije, osnovna pokrivenost stanovništva Crne Gore signalom LTE mreže One Crna Gora iznosi preko 96,8%, dok pokrivenost signalom LTE mreže u smislu mogućnosti pružanja usluge prenosa podataka sa minimalnim protokom ka korisniku od 10 Mb/s iznosi 95,2% stanovništva Crne Gore. LTE radio bazne stanice, realizovane u opsezima 900 MHz, 1800 MHz, 2 GHz i 2,6 GHz, su implementirane na 433 lokacije, od čega je na 147 lokacija implementirana 2CA tehnika, na 108 lokacija 3CA tehnika, a na 22 lokacije 4CA tehnika. U pristupnom dijelu LTE mreže One na kraju 2022. godine je bilo aktivno 151.200 PRB blokova, što je skoro 20% više nego na kraju 2021. godine.

Signalom NR mreže One Crna Gora na kraju 2022. godine bilo je pokriveno oko 30% stanovništva Crne Gore, a 5G usluge su bile dostupne u Podgorici, Bijelom Polju i Tivtu. Implementirano je ukupno 17 NR radio baznih stanica u opsegu 2 GHz i tri u opsegu 2,6 GHz.

Stepen osnovne pokrivenosti stanovništva Crne Gore signalom LTE mreže Mtela iznosi skoro 96,3%, dok pokrivenost signalom LTE mreže u smislu mogućnosti pružanja usluge prenosa podataka sa minimalnim protokom ka korisniku od 10 Mb/s iznosi preko 94,5% stanovništva Crne Gore (podaci dobijeni putem softverske predikcije), što je postignuto implementacijom e-Node B stanica u opsezima 800 MHz, 1800 MHz i 2,6 GHz na 341 lokaciji (62 više nego na kraju 2021. godine), od čega je na 139 lokacija implementirana 2CA tehnika, na 12 lokacija 3CA tehnika, a na 36 lokacija 4CA tehnika. Na kraju 2022. godine kapacitet u pristupnom dijelu LTE mreže Mtela se obezbjeđivao posredstvom 127.200 aktivnih PRB blokova, što je preko 45% više nego na kraju 2021. godine.

Indikator pokrivenosti stanovništva signalom i indikatora pokrivenosti teritorije koji su dati u slijedećoj tabeli:

Tehnologija	Kriterijum	CRNOGORSKI TELEKOM	One Crna Gora	Mtel
GSM - stanovništvo	RxLev≥-99 dBm	97,64%	97,80%	97,22%
GSM - teritorija	RxLev≥-99 dBm	79,28%	80,22%	73,45%
UMTS - stanovništvo	RSCP≥-99 dBm	96,39%	96,94%	95,07%
UMTS - teritorija	RSCP≥-99 dBm	72,50%	76,20%	61,75%
GSM/UMTS kompozitno (Voice/SMS) - stanovništvo	RxLev≥-99 dBm & RSCP≥-99 dBm	97,80%	97,81%	97,33%
GSM/UMTS kompozitno (Voice/SMS) - teritorija	RxLev≥-99 dBm & RSCP≥-99 dBm	80,14%	80,31%	74,01%
LTE (osnovno) - stanovništvo	RSRP≥-120 dBm	97,03%	96,81%	96,29%
LTE (osnovno) - teritorija	RSRP≥-120 dBm	76,97%	74,23%	67,08%
LTE (10 Mb/s DL) - stanovništvo	RSRP≥-106 dBm@10 MHz & RSRP≥-112 dBm@20 MHz	96,79%	95,21%	94,53%
LTE (10 Mb/s DL) - teritorija	RSRP≥-106 dBm@10 MHz & RSRP≥-112 dBm@20 MHz	75,49%	62,45%	56,40%
NR DSS (osnovno) - stanovništvo	RSRP≥-120 dBm	75,80%	31,25%	0,00%
NR DSS (osnovno) - teritorija	RSRP≥-120 dBm	10,35%	2,08%	0,00%
NR DSS (10 Mb/s DL) - stanovništvo	RSRP≥-112 dBm	70,75%	27,19%	0,00%
NR DSS (10 Mb/s DL) - teritorija	RSRP≥-112 dBm	6,55%	1,11%	0,00%
GSM kompozitno (sve tri mreže) - stanovništvo	RxLev≥-99 dBm	98,35%		
GSM kompozitno (sve tri mreže) - teritorija	RxLev≥-99 dBm	83,95%		
UMTS kompozitno (sve tri mreže) - stanovništvo	RSCP≥-99 dBm	97,98%		
UMTS kompozitno (sve tri mreže) - teritorija	RSCP≥-99 dBm	81,37%		
GSM/UMTS kompozitno (sve tri mreže) - stanovništvo	RxLev≥-99 dBm & RSCP≥-99 dBm	98,41%		
GSM/UMTS kompozitno (sve tri mreže) - teritorija	RxLev≥-99 dBm & RSCP≥-99 dBm	84,26%		
LTE (osnovno) kompozitno (sve tri mreže) - stanovništvo	RSRP≥-120 dBm	97,87%		
LTE (osnovno) kompozitno (sve tri mreže) - teritorija	RSRP≥-120 dBm	80,47%		
LTE (10 Mb/s DL) kompozitno (sve tri mreže) - stanovništvo	RSRP≥-106 dBm@10 MHz & RSRP≥-112 dBm@20 MHz	97,47%		
LTE (10 Mb/s DL) kompozitno (sve tri mreže) - teritorija	RSRP≥-106 dBm@10 MHz & RSRP≥-112 dBm@20 MHz	77,93%		

Tabela br.2: Pregled pokrivenosti stanovništva signalom i indikatora pokrivenosti teritorije



### 3.3 Relevantno tržište u dimenziji usluga

Na veleprodajnom nivou, originacija poziva predstavlja uslugu koja se nudi:

- sopstvenom preduzeću (*self supply*) i
- alternativnim operatorima kako bi krajnjim korisnicima, koji nisu povezani na njihovu mrežu za pristup, bili su u mogućnosti da ponudi uslugu ostvarivanja poziva.

Tražnja za veleprodajnom uslugom originacije poziva direktno proizilazi od tražnje za uslugom na maloprodajnom nivou. Iz ovog razloga je za utvrđivanje usluga koje predstavljaju međusobne supstitute na veleprodajnom nivou neophodno posmatrati načine na koje operatori mogu krajnjim korisnicima omogućiti uslugu na maloprodajnom nivou.

Polazna tačka za određivanje granica tržišta podložnih *ex-ante* regulaciji je analiza maloprodajnog nivoa, odnosno utvrđivanje zamjenjivosti usluga na maloprodajnom nivou, s obzirom da iz iste proizilazi tražnja za uslugama na veleprodajnom nivou.

Agencija je mišljenja da se Veleprodajno tržište pristupa i originacije poziva iz mobilnih mreža ne može posmatrati nezavisno od odgovarajućeg maloprodajnog nivoa, koje obuhvata aktivnosti povezane sa komercijalnim pružanjem usluge poziva krajnjih korisnika iz određene mobilne mreže.

#### 3.3.1 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. Stepenn supstitucije se određuje pomoću:

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

Stepenn supstitucije na strani tražnje na maloprodajnom nivou predstavlja stepenn supstitucije javno dostupnih elektronskih komunikacionih usluga na relevantnom tržištu zbog kojih krajnji korisnici mogu odgovoriti na povećanje cijene jedne usluge prelaskom na korišćenje druge usluge istog operatora ili iste, odnosno supstitutivne usluge drugih operatora na relevantnom tržištu. Supstitucija na strani tražnje dešava se u trenutku kada korisnik određene usluge prelazi na druge, supstitutivne usluge kao odgovor na relativno povećanje cijene usluge koju koristi.

Ukoliko operator koji nudi određenu uslugu, poveća cijenu te usluge, korisnici su u mogućnosti da pređu na supstitutivne usluge drugih operatora, pa na taj način operatora koji je povećao cijenu svoje usluge prisile da cijene vrati na nivo na koji su bile prije povećanja, iz razloga što će početi da gubi svoje korisnike, a samim tim i prihode. Primjena ovog argumenta zavisi od supstitucije na

strani tražnje, odnosno, što je supstitucija na strani tražnje jače izražena, operatori su više ograničeni u povećanju cijena svojih usluga krajnjim korisnicima.

Agencija će odrediti granice Veleprodajnog tržišta pristupa i originacije poziva iz mobilnih mreža, na način što će utvrditi usluge koje korisnici smatraju supstitutivnim uslugama. Agencija smatra da, kao polaznu osnovu na kojoj se utvrđuju supstitutivne usluge, treba uzeti uslugu koja je najzastupljenija.

Prilikom određivanja usluga koje se mogu smatrati supstitutivnim uslugama, a za koje se korisnik može opredijeliti umjesto usluge poziva u određenu mobilnu mrežu, potrebno je proučiti ponašanje korisnika pri čemu u obzir trebaju uzeti njegove navike i osjetljivost na promjene cijena usluga. Osnovno je pitanje, da li korisnik može u slučaju (hipotetičkog) povećanja cijene usluge jednog operatora, istu zamijeniti drugom uslugom istog ili nekog drugog operatora, kao odgovor na malo, ali značajno, trajno povećanje cijena.

### **3.3.2 Analiza stepena supstitucije na strani tražnje – maloprodajni nivo**

Kako je u relevantnim Smjernicama Evropske komisije i navedeno, prije definisanja dimenzije usluga i geografske dimenzije veleprodajnih tržišta, potrebno je utvrditi zamjenjivost na strani tražnje na maloprodajnom nivou, s obzirom da iz iste proizlazi tražnja za uslugama na veleprodajnom nivou, a u ovom slučaju tražnja za uslugom pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža.

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

Na osnovu navedenog, operatori mobilnih mreža u Crnoj Gori, Crnogorski Telekom a.d. Podgorica, One Crna Gora i M-Tel d.o.o. Podgorica ne nude odvojeno usluge pristupa mreži i odlaznih poziva iz čega proizlazi da krajnji korisnik izborom bilo kojeg tarifnog paketa usluga automatski dobija mogućnost pristupa mreži i ostvarivanja svih vrsta odlaznih poziva. Iz navedenog proizlazi da krajnji korisnici uslugu pristupa i odlaznih poziva posmatraju kao integrisane usluge i sa tehničkog i sa ekonomskog aspekta.

Nadalje, krajnji korisnik u slučaju izbora pretplatničkog tarifnog paketa određeni fiksni iznos plaća kroz mjesečnu pretplatu, a drugi dio plaća na osnovu ostvarenih odlaznih poziva po minuti razgovora zavisno o mreži i vrsti poziva koji je uputio. U većini slučajeva korisnici pokazuju visoki stepen cjenovne elastičnosti, te na taj način djeluju ograničavajuće na operatore da podižu cijene

svojih usluga. Naime, operatori nisu u mogućnosti povećavati cijene svojih tarifnih paketa za postpaid ili prepaid korisnike iz razloga što je velika vjerojatnoća da će korisnici, u slučaju značajnog povećanja cijene, odlučiti promijeniti pristupnog operatora.

Posljedično, eventualno značajno povećanje cijena tarifnih paketa bilo bi samo kratkoročno profitalno jer povećanje prihoda po osnovu povećanja maloprodajnih cijena neće pokriti gubitke usled smanjenja korisničke baze zbog prelaska korisnika na usluge ostalih operatora mobilnih mreža koji posluju na tržištu.

Na osnovu navedenog, evidentno je da su pristup mreži i usluga odlaznih poziva sastavni dio istog tržišta iz čega proizlazi da se svaka pojedina mobilna mreža ne može, kao kod tržišta završavanja (terminacije) poziva, smatrati odvojenim tržištem već da su sve mreže zajedno sastavni dio istog tržišta. Nadalje, maloprodajne usluge pristupa i poziva (javno dostupna telefonska usluga u mobilnim mrežama), koje se po svojim tehničkim karakteristikama zasnivaju na veleprodajnoj usluzi pristupa i započinjanja (originacije) poziva, odnose se na pristup i sve vrste poziva krajnjeg korisnika iz mobilnih mreža, a to su:

- usluga pristupa mobilnoj mreži;
- usluga poziva prema geografskim brojevima;
- usluga poziva prema negeografskim brojevima (usluge s dodanom vrijednosti);
- usluga poziva prema brojevima u nacionalnim mobilnim elektronskim komunikacionim mrežama;
- usluga poziva prema brojevima posebnih službi i usluga (kratki kodovi);
- usluga poziva prema međunarodnim brojevima;
- usluga međunarodnog roaminga.

Sve navedene vrste poziva za krajnjeg korisnika nisu međusobno zamjenjive usluge, već je riječ o komplementarnim uslugama, odnosno krajnji korisnik nekog operatora, ostvarivanjem pristupa mreži, ima mogućnost ostvariti sve gore navedene vrste poziva.

Na osnovu navedenog, a uzimajući u obzir potrebu analize maloprodajnog nivoa kao osnov za određivanje tržišta na veleprodajnom nivou, i imajući u vidu da je usluga pristupa preduslov za pružanje usluga započinjanja (originacije) poziva i javno dostupne telefonske usluge u mobilnoj mreži krajnjim korisnicima, Agencija je razmotrila i druge načine komunikacije kao moguće supstitutivne usluge pozivima iz mobilnih mreža.

### **3.3.2.1 Pozivi započeti u fiksnim mrežama kao supstitutivna usluga pozivima započetim u mobilnim mrežama**

U slučaju da određeni operator mobilnih mreža poveća maloprodajne cijene pristupa i odlaznih poziva, krajnji korisnik će biti prisiljen tražiti uslugu koja bi mogla zamijeniti prethodno pomenute

usluge. Potencijalna supstitutivna usluga bi mogao biti pristup i odlazni poziv kod operatora fiksne mreže. Međutim, pozivi sa fiksnih brojeva ignorišu osnovni princip mobilnih usluga, a to je da su oni po svojoj prirodi mobilni odnosno nisu vezani za tačno određenu lokaciju. Drugim riječima, operatori fiksnih mreža omogućavaju krajnjem korisniku da pristupi mreži i uputi poziv samo na fiksnoj lokaciji dok operatori mobilnih mreža krajnjem korisniku omogućavaju pristup mreži i mogućnost upućivanja poziva nezavisno od lokacije. Isto tako, krajnji korisnici žele imati pristup mreži operatora mobilnih mreža nezavisno što već imaju pristup mreži preko operatora fiksne mreže.

Naziv operatora	Cijena minuta poziva u € sa PDV-om unutar sopstvene mobilne mreže	Cijena minuta poziva u € sa PDV-om ka fiksnoj mreži
Crnogorski Telekom	0,1322- 0,1800	0,1322-0,1800
One Crna Gora	0,1322	0,159-0,1627
Mtel	0,1520	0,1520

**Tabela br. 3: Usporedne maloprodajne cijene poziva iz mreža mobilnih operatora koje završavaju u mobilnim, odnosno fiksnim mrežama**

*Izvor: Cjenovnici operatora*

Operatori mobilnih mreža sa svojom cjenovnom politikom predstavljaju snažan konkurentski pritisak na cijenu javno dostupne telefonske usluge poziva iz fiksne mreže, na način da u svojom paketima nude značajne resurse ili čak i neograničen broj poziva ka sopstvenim fiksnim mrežama u okviru mjesečnih pretplata pojedinih paketa. Takođe, kada se iskoriste besplatni minuti u okviru pretplate, cijene poziva ka fiksnoj mreži su, izuzev u slučaju jednog operatora, izjednačene za pozive unutar sopstvene mobilne mreže i za pozive ka drugim fiksnim mrežama.

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

### 3.3.2.2 SMS usluge

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

- SMS poruka može preneti limitirani broj znakova po poruci (160 alfanumeričkih znakova);
- SMS poruke se ne prenose u realnom vremenu;
- Kod prenosa SMS poruke, za razliku od govornih poziva, postoji kašnjenje u prenosu obzirom da se prenos SMS poruke odvija po principu „sačuvaj i prosljedi“.

Na osnovu prethodno navedenih razlika evidentno je da će korisnik u određenim slučajevima poput dužih razgovora koristiti poziv umjesto SMS poruka, te da se navedene usluge ne mogu smatrati supstitutivnom uslugom.

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

Nadalje, ako operatori koji djeluju na tržištu hipotetički povećaju za 5% do 10% cijenu usluge slanja SMS poruka, operator koji trenutno ne nudi tu uslugu će biti u mogućnosti ponuditi je na tržištu u kratkom vremenskom razdoblju iz razloga što navedeno od operatora ne bi zahtijevalo velika dodatna ulaganja. Međutim, s obzirom da operatori svoje usluge nude kao povezane proizvode kako bi privukli korisnike u sopstvenu mrežu, mogućnost pojave zamjenjivosti na individualnoj usluzi je vrlo mala. Sve to govori da je riječ o usluzi koja se ne nudi samostalno, ni na maloprodajnom ni na veleprodajnom nivou, već uvijek zajedno sa pristupom i originacijom poziva.

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

### **3.3.2.3 Neupravljeni pozivi putem internet protokola (VoIP) kao zamjenska usluga pozivima započetim u mobilnim mrežama**

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

### **3.3.2.4 Rezidencijalni korisnici i poslovni korisnici**

Svi postojeći operatori mobilnih mreža Crnogorski Telekom a.d. Podgorica, One Crna Gora Podgorica i M-Tel d.o.o. Podgorica nude tarifne pakete za rezidencijalne i poslovne korisnike.

Rezidencijalni korisnici su u mogućnosti kupovati/koristiti tarifne pakete za postpaid i prepaid korisnike kao i prelaziti sa jednih tarifnih paketa na druge sa vrlo malom dodatnom naknadom.

Poslovni korisnici su značajan korisnički segment u strukturi korisnika mobilnih operatora u Crnoj Gori i na kraju 2022. godine su učestvovali od 18% do 35 % u zavisnosti od operatora.

Mobilni operatori poslovnim korisnicima pružaju raznovrsna i cjelokupna rješenja za razne poslovne potrebe, jer oni u sve većoj mjeri traže zahtjevnije i složenije usluge od rezidencijalnih korisnika. Ova vrsta usluga uključuje, između ostalog, rješenja za objedinjene komunikacije i rješenja za centrale. Poslovni korisnici imaju i druge zahtjeve za korisničku uslugu, na primjer u smislu dostupnosti, odnosno obezbjeđenje pristupa poslovnim aplikacijama i podacima potrebnim za obavljanje posla van kancelarije.

Međutim, sa aspekta supstitucije tražnje, krajnji korisnici su generalno indiferentni prema paketima namijenjenim poslovnim i privatnim korisnicima, sve dok ti paketi zadovoljavaju njihove potrebe ili profil korisnika. Takođe, ako bi hipotetički monopolista povećao cijene tarifnih paketa rezidencijalnim korisnicima, potencijalni operator koji pruža usluge isključivo poslovnim korisnicima bi se relativno brzo i bez značajnih dodatnih troškova preorijentisao na pružanje usluga rezidencijalnim korisnicima, jer su uslovi pristupa i originacije poziva poslovnom i rezidencijalnom korisniku u osnovi isti. Stoga bi podjela tržišta prema takvim vrstama korisnika bila neprikladna.

U skladu s navedenim, Agencija će rezidencijalne i poslovne korisnike posmatrati kao dio istog maloprodajnog tržišta.

### **3.3.2.5 Usluge za postpaid korisnike i prepaid korisnike**

U Crnoj Gori je odnos broja prepaid i postpaid korisnika u decembru 2022. godine iznosio 44% prema 56%, iako je maloprodajna cijena poziva često veća kod tarifnih paketa za korisnike bez pretplatničkog odnosa - prepaid nego sa pretplatničkim odnosom - postpaid. Međutim, osnovni razlog za preimućstvo prepaid korisnika je u tome što kod prepaid tarifnih paketa korisnici imaju potpunu kontrolu troškova i ne primaju račun za obavljene usluge elektronskih komunikacija. U slučaju hipotetičkog povećanja cijena prepaid tarifnih paketa korisnici će preći na postpaid tarifne pakete iz razloga što je korist od nižih cijena postpaid tarifnih paketa veća od nedostatka što korisnik nema potpunu kontrolu nad svojim troškovima. Pre-paid kartice i post-paid pretplate daju krajnjem korisniku pristup mobilnim uslugama koje su dio ovog relevantnog maloprodajnog tržišta. I na strani ponude i na strani tražnje, postoji visok stepen zamjenjivosti između dva različita tipa pretplatničkog odnosa na nivou maloprodaje.

Nadalje, ne postoji razlika u kvalitetu usluge između tarifnih paketa sa pretplatničkim odnosom i tarifnih paketa bez pretplatničkog odnosa, s obzirom da se pružaju preko iste infrastrukture.

Na osnovu toga, Agencija zaključuje da su ove dvije vrste pretplatničkog odnosa dio istog relevantnog tržišta na nivou maloprodaje.

### **3.3.2.6 Usluge mobilnog širokopojasnog pristupa internetu**

Usluge mobilnog širokopojasnog pristupa internetu iz ugla krajnjeg korisnika ne spadaju u skup usluga u koje nužno spadaju pristup i originacija poziva iz mobilnih mreža, jer ih i operatori nude odvojeno i uglavnom za potrebe brzog prenosa podataka.

Takođe, krajnji korisnici ovih usluga, s obzirom na njihove korisničke navike, ih ne ubrajaju u skup tradicionalnih\_ esencijalnih usluga koje žele koristiti uvijek i bilo gdje, kao što je to slučaj sa uslugama pristupa i originacije poziva. Nadalje, iskustvo korisnika sa korišćenjem novijih tehnologija i usluga širokopojasnog pristupa internetu zavisi od vještina i iskustva za ostvarivanje govornih i SMS usluga.

Usluga prenosa podataka se u pravilu ne mora odvijati u stvarnom vremenu, pa iz ugla korisnika ne predstavlja u potpunosti primjenu zahtjeva za mobilnošću, kao što je slučaj sa upućivanjem poziva i SMS poruka, jer korisnici pretpostavljaju da će telefonski poziv ili SMS poruka stići do drugog korisnika u realnom vremenu ukoliko ima u blizini mobilni terminalni uređaj. To, međutim, nije slučaj za usluge prenosa podataka jer korisnici ne očekuju da širokopojasni pristup internetu bude dostupan u svakom trenutku.

Kako su usluge širokopojasnog pristupa internetu putem mobilnih mreža sve popularnije i njihovo korišćenje i očekivanja korisnika kontinuirano raste, na jednoj strani, a razvoj mreža mobilnih operatora i dostupnost najnovijih tehnologija koje nude sve veći kvalitet i brzine prenosa podataka, na drugoj strani, Agencija ocjenjuje opravdanim donošenje zaključka da je usluga prenosa podataka komplementarna uslugama pristupa i originacije poziva iz mobilnih mreža. Dakle, usluga mobilnog širokopojasnog pristupa internetu se može klasifikovati u okviru ovog relevantnog tržišta.

Broj korisnika mobilnog širokopojasnog pristupa koji su pristupili internetu putem data SIM kartica u relevantnom periodu na koji se odnosi analiza na kraju 2020. godine iznosio je 27.953 korisnika, 2021.godine 30.113, i na kraju 2022. godini 35.554.

Ukupan broj prepaid i postpaid korisnika mobilnih operatora koji su pristupili internetu (putem mobilnih telefona i modema) krajem 2020. godine je iznosio 539.547 korisnika, pri čemu je 449.625 koristilo 3G, a 392.198 korisnika 4G tehnologiju pristupa.

Nadalje, ukupan broj prepaid i postpaid korisnika mobilnih usluga koji su pristupili internetu krajem 2021. godine iznosio je 561.944, pri čemu je 453.284 koristilo 3G, a 450.506 korisnika 4G tehnologiju pristupa.

Na kraju 2022. godine ukupan broj korisnika mobilnih usluga koji su pristupili internetu iznosio je 642.967, pri čemu je 484.881 korisnika koristilo 3G, 527.791 korisnika 4G tehnologiju i 26.534 5G korisnika tehnologiju.

Agencija očekuje nastavak rasta obima prenosa podataka koji se generiše putem mobilne telefonije u narednim godinama. Danas, u velikoj mjeri cijena prenosa podataka određuje nivo mobilne pretplate, jer se govorni pozivi za nacionalne fiksne, mobilne mreže i tekstualne poruke često nude na neograničenoj osnovi u okviru paketa proizvoda. To znači da se cijene za govorne usluge, usluge prenosa tekstualnih poruka i prenosa podataka moraju posmatrati zajedno.

Na osnovu toga, Agencija smatra da usluge pristupa mobilnoj mreži, govorne usluge, usluge prenosa tekstualnih poruka i podataka pripadaju istom relevantnom tržištu.

### **3.3.2.7 Pristup mobilnim mrežama putem različitih tehnoloških platformi**

Postavlja se pitanje da li u definiciji relevantnog tržišta proizvoda na maloprodajnom nivou postoji razlog da se pravi diferencijacija u smislu tehnologije preko koje se pružaju relevantne usluge. Za krajnjeg korisnika je manje važno da li se pozivi ili poslate tekstualne poruke prenose preko GSM, UMTS ili LTE mreže. Sve tri mobilne mreže u Crnoj Gori su zasnovane na harmonizovanim standardima druge (GSM/DCS1800, uključujući paketski segment GPRS, odnosno EDGE), treće (UMTS, uključujući HSPA+ i DC-HSDPA) i četvrte generacije (LTE, odnosno LTE-*Advanced*). U martu 2022. godine mobilni operator Crnogorski Telekom, a u julu iste godine i mobilni operator One Crna Gora, su pustili u komercijalni rad 5G NR mreže koristeći postojeće frekvencijske resurse iz opsega 2 GHz i 2,6 GHz i uz primjenu tehnike dinamičkog dijeljenja spektra (DSS). Mobilni telefoni koji podržavaju ove tehnologije su uobičajeni na našem tržištu. U različitim vremenskim intervalima tokom poziva, jedan poziv može da se prebacuje sa GSM ili UMTS na LTE mrežu i obrnuto. Ovo se odvija na način da krajnji korisnik ne primijeti prebacivanje sa mreža tokom poziva. Pristupi mrežama koje podržavaju gore pomenute tehnologije, dakle, moraju biti tretirani kao supstituti sa stanovišta krajnjeg korisnika. Usluga pristupa takvim mrežama je, takođe, obezbijeđena zajedno, a ne u smislu odvojenih usluga.

Segment javnih mobilnih elektronskih komunikacionih mreža u 2022. godini je obilježen daljim povećanjem kapaciteta pristupnog dijela LTE/LTE-*Advanced* mobilnih mreža u cilju kompenzacije porasta obima saobraćaja i održanja kvaliteta usluge prenosa podataka na visokom nivou, kao i puštanjem u komercijalni rad 5G NR mobilnih mreža. U martu 2022. godine mobilni operator Crnogorski Telekom, a u julu iste godine i mobilni operator One Crna Gora, su pustili u komercijalni rad 5G NR mreže koristeći postojeće frekvencijske resurse iz opsega 2 GHz i 2,6 GHz i



uz primjenu tehnike dinamičkog dijeljenja spektra (DSS), što je izuzetno važno i sa aspekta promocije Crne Gore kao turističke destinacije, kao i destinacije pogodne za rad digitalnih nomada. Od strane Agencije usješno je okončana aukcija spektra za pionirske 5G opsege (700 MHz i 3,6 GHz).

Pristup uslugama prenosa podataka u LTE mrežama se prodaje zajedno sa pristupom uslugama prenosa podataka u 2G/3G mrežama u standardnim mobilnim pretplatama. Svi mobilni operatori imaju u svojim ponudama mobilne pretplate koje se razlikuju prema brzini prenosa podataka, ali se ne nude posebne pretplate isključivo za LTE. Da bi krajnji korisnici mogli koristiti LTE za usluge prenosa podataka, to zahtijeva od krajnjeg korisnika da ima uređaj koji podržava LTE u frekvencijskim opsezima koji se koriste za LTE u Crnoj Gori. Zbog varijacija u kapacitetu za prenos podataka između GSM, UMTS i LTE mreža, kvalitet usluga preko različitih mobilnih mreža može biti različit. Međutim i drugi faktori, osim tehnologije, mogu uticati i na realnu brzinu i kvalitet. Na primer, broj korisnika priključenih na odgovarajuću baznu stanicu i topografski uslovi u kojima se korisnik nalazi su, takodje, od značaja. Za krajnje korisnike usluge putem LTE su zamjenjive sa uslugama preko platformi uključenih u ovu analizu.

5G je nova generacija mobilne tehnologije. 5G će značiti značajno povećanje kapaciteta na mobilnim mrežama, što će ih činiti pogodnim za ispunjavanje opštih zahteva društva i očekivanja većih kapaciteta prenosa mobilnih podataka. 5G tehnologija, međutim, podrazumijeva veoma malo kašnjenje, što može biti značajno za neke IoT usluge. Međutim, što se tiče usluga koje su obuhvaćene ovim relevantnim tržištem, Agencija smatra da, iz perspektive krajnjeg korisnika, neće biti od značaja da li koriste usluge 5G ili koriste usluge neke starije tehnologije.

Ukratko, Agencija smatra da je ovo relevantno tržište tehnološki neutralno i da nema osnove za definisanje posebnih tržišta usluga u zavisnosti od tehnologije.

Agencija zaključuje da su usluge prenosa govora i tekstualne poruke putem GSM, UMTS ,LTE ili 5G mreža dio istog relevantnog tržišta usluga na maloprodajnom nivou.

### **3.3.3 Analiza stepena supstitucije na strani ponude -maloprodajni nivo**

Supstitucija na strani ponude bila bi moguća u slučaju da operator, koji ne pruža usluge pristupa i originacije poziva iz mobilnih mreža u svrhu pružanja javno dostupne telefonske usluge i koji ne posjeduje sopstvenu infrastrukturu, u slučaju povećanja cijena usluge hipotetičkog monopoliste istu počne pružati. U slučaju usluge pristupa i originacije poziva iz mobilnih mreža ne bi bilo moguće tu uslugu pružiti u kratkom vremenu iz razloga što, ako operator ne posjeduje sopstvenu pristupnu infrastrukturu do krajnjeg korisnika, troškovi izgradnje mreže i potrebne radnje su toliko finansijski zahtjevne da nije realno da se dogode u kratkom roku i budu brzi odgovor na malo, ali trajno povećanje cijena. Shodno navedenom, Agencija zaključuje da na strani ponude ne postoji dodatna supstitutivna usluga u odnosu na usluge koje su već uključene na strani tražnje.

### 3.3.4 Zaključak o stepenu supstitucije – maloprodajni nivo

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

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

- usluga pristupa mobilnoj mreži;
- usluga poziva prema geografskim brojevima;
- usluga poziva prema negeografskim brojevima (usluge s dodanom vrijednosti);
- usluga poziva prema brojevima u nacionalnim mobilnim elektronskim komunikacionim mrežama;
- usluga poziva prema brojevima posebnih službi i usluga (kratki kodovi);
- usluga poziva prema međunarodnim brojevima;
- usluga međunarodnog roaminga;
- usluga SMS poruka;
- usluga prenosa podataka.

### 3.3.5 Analiza stepena supstitucije na strani tražnje – veleprodajni nivo

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

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

Da bi mobilni operatori mogli pružati usluge mobilne telefonije krajnjim korisnicima neophodno je da imaju pristup gore navedenim elementima i to na način da izgrade sopstvenu pristupnu mrežu ili da koriste infrastrukturu postojećih operatora na tržištu.

Prilikom određivanja relevantnog tržišta na veleprodajnoj nivou Agencija je razmatrala slijedeće aspekte:

### 3.3.5.1 Oblici pristupa mobilnim mrežama

Pristup mobilnim mrežama je preduslov za operatore koji žele da ponude usluge mobilne telefonije krajnjim korisnicima. Dok sami operatori mobilne mreže kontrolišu svu infrastrukturu neophodnu za pružanje usluga mobilne telefonije krajnjim korisnicima, drugi operatori će zavistiti od mogućnosti kupovine pristupa na veleprodajnom nivou, kako bi mogli ponuditi takve usluge.

Operator mobilne virtuelne mreže (eng. MVNO – *Mobile Virtual Network Operator*) je operator koji obavlja djelatnost elektronskih komunikacionih usluga a koristi mrežu nekog od operatora mobilnih mreža. Najveća razlika je, dakle, u posjedovanju radio pristupnog dijela mreže. Operator mobilne virtuelne mreže nema radio pristupni dio mreže odnosno nema dodijeljeni frekvencijski spektar za pružanje usluga.

Agencija pod operatorom mobilne virtuelne mreže (eng. MVNO – *Mobile Virtual Network Operator*) smatra sve slijedeće nabrojane modele operatora:

- Pružalac usluga (eng. *service provider or airtime reseller*) – virtuelni operator koji ne posjeduje ni jedan od osnovni mrežnih elemenata iz kog razloga koristi SIM karticu operatora koji mu daje pristup mreži. Navedeni virtuelni operator je vrlo ograničen u mogućnosti da ponudi tarifne pakete drugačije cjenovne strukture od operatora koji mu daje pristup mreži. Dakle, riječ je o preprodaji usluga pristupnog operatora;
- Pružalac naprednih usluga (eng. *enhanced service provider*) – za razliku od prethodnog pružaoca usluga koji vrši preprodaju usluga svog pristupnog operatora pružalac naprednih usluga je u mogućnosti ponuditi i sopstvene usluge. Ovaj pružalac usluga ne posjeduje sopstvenu SIM karticu, ali može napraviti sopstveni brand na osnovu SIM kartice pristupnog operatora;
- Puni virtuelni operator (eng. *full or extended MVNO*) – Virtuelni operator koji posjeduje sopstveni IMSI kod (eng. *International Mobile Subscriber Identity Code*), sopstveni mrežni kod, sopstvenu SIM karticu na osnovu kojih prodaje sopstvene usluge na maloprodajnom nivou. Takode, ovaj tip virtuelnog operatora ima mogućnost zaključivanja sopstvenih roaming ugovora kao i ugovora o interkonekciji.

Agencija je mišljenja da različiti poslovni modeli koji postoje na tržištu ne bi trebali biti sastavni dio istog relevantnog tržišta s obzirom da su zasnovani na različitim ekonomskim pretpostavkama, odnosno različitim strategijama ulaska na tržište.

Međutim, imajući u vidu zaključak Agencije koji se odnosi na analizu stepena supstitucije na maloprodajnom nivou a odnosi se na činjenicu da krajnji korisnik od odabranog mobilnog operatora dobija uslugu koja uključuje pristup mreži i mogućnost ostvarivanja odlaznih poziva, nezavisno od tipa mobilnog operatora, različiti poslovni modeli, čiji je smisao da zadovolje potrebe korisnika na maloprodajnom nivou, predstavljaju na strani tražnje supstitutivne usluge i predstavljaju sastavni dio istog relevantnog tržišta.

### **3.3.5.2 Veleprodajne usluge koje se pružaju preko mreža različitih mobilnih operatora**

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

Novim operatorima koji ulaze na tržište dovoljno je da im samo jedan od postojećih operatora na tržištu ponudi uslugu pristupa i započinjanja (originacije) poziva kako bi svoje usluge mogli ponuditi na maloprodajnom nivou.

Na osnovu navedenog, Agencija je mišljenja da su veleprodajne usluge koje se mogu pružati preko mreža različitih mobilnih operatora sastavni dio istog relevantnog tržišta.

### **3.3.5.3 Usluga za sopstvene potrebe (eng. *self-supply*)**

Agencija je razmatrala da li postoji određena mogućnost konkurentskog pritiska sa maloprodajnog nivoa na određivanje veleprodajne cijene usluge pristupa i započinjanja (originacije) poziva.

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

Ukoliko „operator A“, koji pruža veleprodajnu uslugu započinjanja (originacije) poziva, poveća cijenu iste, povećaće se i maloprodajna cijena usluge „operatora B“, koji koristi pristup

veleprodajnoj usluzi pristupa i započinjanja (originacije), iz razloga što će „operator B“, na neki način morati, prebaciti povećanje veleprodajnih troškova na krajnje korisnike.

Krajnji korisnici „operatora B“ će se suočiti s povećanjem cijene maloprodajne usluge bazirane na veleprodajnoj usluzi pristupa i započinjanja (originacije) poziva, te će početi mijenjati tarifne pakete i preći na one tarifne pakete sa povoljnijim cijenama. Cijene neće biti povoljnije za usluge koje se baziraju na veleprodajnoj usluzi započinjanja (originacije) poziva, već na usluzi koja se pruža putem sopstvene pristupne infrastrukture (eng. *self supply*).

Shodno navedenom, zaključuje se da na osnovu zamjenjivosti tražnje na maloprodajnom nivou dolazi do određenog cjenovnog pritiska na odluku „operatora A“ iz razloga što će, u slučaju povećanja cijene veleprodajne usluge započinjanja (originacije) poziva, korisnici „operatora B“ početi prelaziti na maloprodajne usluge drugih operatora što će na kraju umanjiti veleprodajne prihode „operatora A“ po osnovu pružanja veleprodajne usluge pristupa i započinjanja (originacije) poziva.

Po pitanju "samosnadbijevanja" (eng. *self supply*) Agencija se poziva na poglavlje 3.3. Eksplanatornog dokumenta Evropske komisije uz Preporuku o relevantnim tržištima od 9. oktobra 2014. godine gdje se sugeriše regulatorima da razmatraju koncept "samosnadbijevanja" kako u definicijama veleprodajnih tržišta tako i kod procjene statusa značajne tržišne snage. Agencija, stoga, smatra da je nužno uključiti "samosnadbijevanje" kako bi se pružila ispravna slika tržišta i relativne snage operatora na veleprodajnom nivou. Drugim riječima, pristup je da se usluge koje se obezbjeđuju za interne potrebe mrežnog mobilnog operatora - MNO uključe u isto relevantno tržište kao i usluge pristupa koje se nude eksternim pružaocima usluga.

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

#### **3.3.5.4 Usluge pristupa i originacije iz fiksnih mreža**

Usluge pristupa i originacija poziva nude se i putem fiksnih mreža. U posljednjih nekoliko godina, ukupni govorni saobraćaj u okviru mobilnih mreža se stalno povećavao, na račun saobraćaja u fiksnim mrežama. Stoga, evidentno je da postoji značajan stepen fiksno-mobilne supstitucije.

Međutim, fokus definicije ovog tržišta je da li će marginalno, ali značajno i ne-prelazno povećanje cijena u mobilnoj telefoniji dovesti do prelaska na fiksnu telefoniju u obimu koji povećanje cijena čini neisplativim. Obrasci potrošnje krajnjih korisnika danas ne ukazuju na vjerovatnost ovog scenarija. Rast u obimu prenosu govora i podataka sa mobilnih telefona ukazuje na to da krajnji korisnici neće zamijeniti svoje mobilne telefone i usluge koje mobilni telefoni nude uslugama fiksne telefonije.

U određenoj mjeri, usluge širokopojsnog pristupa internetu omogućavaju mobilnost putem nomadske upotrebe. Nomadska upotreba znači da je moguće povezivanje na mrežu preko različitih fizičkih fiksnih tačaka povezivanja. Korisnici ovih usluga mogu potencijalno dobiti pristup dolaznoj i odlaznoj govornoj komunikaciji sa bilo koje pristupne tačke Interneta širom svijeta. Tokom poziva, međutim, korisnik je vezan za lokaciju i time ne postiže istu mobilnost kao kod mobilnih telefona.

Na osnovu svega navedenog, Agencija smatra da usluge originacije poziva iz fiksne mreže ne predstavljaju supstitutivne usluge uslugama originacije poziva iz mobilnih mreža te samim tim nijesu sastavni dio ovog relevantnog tržišta.

### **3.3.6 Analiza stepena supstitucije na strani ponude – veleprodajni nivo**

Kod analiziranja stepena supstitucije na strani ponude osnovno je utvrditi može li potencijalni pružalac usluge brzo i uz relativno male troškove započeti pružanje veleprodajne usluge započinjanja (originacije) poziva kao odgovor malom, ali značajnom, trajnom povećanju cijena usluge od strane hipotetičkog monopoliste.

U procjeni stepena supstitucije na strani ponude, Agencija može uzeti u obzir i vjerovatnoću da operator, koji trenutno nije aktivan na relevantnom tržištu usluge započinjanja (originacije) poziva, može odlučiti da uđe na tržište u razumnom roku, kao rezultat malog, ali značajnog, trajnog povećanja cijena od strane tržišnih učesnika. Isto tako, moguće je da operatori koji nude određenu veleprodajnu uslugu koja nije uporediva sa uslugom bivšeg monopoliste, u kratkom vremenu ponude uporedivu uslugu i na taj način izvrše konkurentski pritisak na veleprodajnu uslugu bivšeg monopoliste, odnosno zadovolje načelo supstitutivnosti na strani ponude.

Sa strane zamjenjivosti na strani ponude, a zavisno od raspoloživog kapaciteta, operatori mobilnih mreža koji pružaju uslugu pristupa mreži, uslugu započinjanja (originacije) poziva ili obje usluge zajedno, mogu vrlo lako, odnosno, u kratkom vremenskom razdoblju i bez većih dodatnih troškova ponuditi usluge operatorima koji ulaze na tržište nezavisno od poslovnog modela po kojem bi pružali svoje usluge. Navedeno je moguće iz razloga što operatori već imaju infrastrukturu koja je potreba za pružanje bilo kojeg poslovnog modela koji zatraži novi operator.

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

### 3.3.7 Zaključak o stepenu sustitucije – veleprodajni nivo

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

- Usluga omogućavanja svih vrsta pristupa od strane operatora mobilnih mreža (eng. MNO);
- Usluga započinjanja (originacije) svih vrsta odlaznih poziva, SMS poruka i prenosa podataka za operatore, nezavisno od poslovnog modela;
- Usluga pristupa za sopstvene potrebe i usluga započinjanja (originacije) poziva iz sopstvene mreže, SMS poruka i prenosa podataka i mreže drugih operatora koje se pružaju za sopstvene potrebe.

Relevantno tržište započinjanja (originacije) poziva jedinstveno je za sve operatore mobilnih mreža i uključuje započinjanje (originaciju) poziva u mobilnim mrežama, nezavisno je li poziv upućen sa mobilnog uređaja koji podržava 2G, 3G, 4G i 5G tehnologiju.

### 3.4 Relevantno tržište u geografskoj dimenziji

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

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

Na osnovu gore navedenog, a uzimajući u obzir analizu zamjenjivosti usluge započinjanja (originacije) poziva na maloprodajnoj i veleprodajnoj nivou, Agencija zaključuje da je relevantno tržište u geografskoj dimenziji za pružanje navedene usluge u opsegu nacionalno, odnosno, relevantno tržište u geografskoj dimenziji čini cijelu teritoriju Crne Gore. Navedeni zaključak se temelji na činjenici da svi operatori mobilnih mreža u Crnoj Gori imaju dozvolu za obavljanje elektronskih komunikacionih usluga u mobilnim mrežama te, prema saznanjima kojima raspolaže Agencija, svi pružaju usluge interkonekcije na cijeloj teritoriji Crne Gore. Isto tako, usluge se ne razlikuju cjenovno, odnosno pružaju se pod istim uslovima i cijenama na cijeloj teritoriji Crne Gore. Isto tako, pravni i regulatorni okvir mjerodavan za predmetne usluge, odnosno pravni i regulatorni okvir vezan za oblast elektronskih komunikacija, je isti na cijeloj teritoriji Crne Gore.

### 3.5 Zaključak o određivanju relevantnog tržišta

Agencija je utvrdila da se relevantno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz mobilnih javnih komunikacionih mreža sastoji od slijedećih usluga:

- Usluga omogućavanja svih vrsta pristupa od strane operatora mobilnih mreža (eng. MNO);
- Usluga započinjanja (originacije) svih vrsta odlaznih poziva, SMS poruka i prenosa podataka za operatore, nezavisno od poslovnog modela;
- Usluga pristupa za sopstvene potrebe i usluga započinjanja (originacije) poziva iz sopstvene mreže, SMS poruka i prenosa podataka i mreže drugih operatora koje se pružaju za sopstvene potrebe.

Relevantno tržište započinjanja (originacije) poziva jedinstveno je za sve operatore mobilnih mreža i uključuje započinjanje (originaciju) poziva u mobilnim mrežama, nezavisno je li poziv upućen sa mobilnog uređaja koji podržava 2G, 3G, 4G i 5G tehnologiju.

Agencija određuje da je relevantno tržište u geografskoj dimenziji za usluge pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz mobilnih javnih komunikacionih mreža koju nude operatori Crnogorski Telekom, One Crna Gora i Mtel cijela teritorija Crne Gore.



## 4. TEST TRI KRITERIJUMA

Prethodnoj regulaciji podliježe tržište na kome postoje strukturne, regulatorne i druge trajnije prepreke koje onemogućavaju ulazak novih konkurenata i na kome nije moguće obezbijediti razvoj konkurencije bez prethodne regulacije. Prethodna regulacija obuhvata određivanje posebnih uslova pod kojima operatori sa značajnom tržišnom snagom obavljaju djelatnost elektronskih komunikacija radi obezbjeđivanja razvoja konkurencije na tržištu.

Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža nije sastavni dio Preporuke o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja su podložna prethodnoj regulaciji (2014/710/EU). Na osnovu navedenog Agencija može prethodno regulisati navedeno tržište jedino u slučaju da su istovremeno zadovoljena tri kriterijuma. Prema članu 65 stav 3 ZEK-a Agencija može utvrditi da prethodnoj regulaciji mogu biti podložna i druga tržišta koja istovremeno ispunjavaju sljedeće kriterijume:

1. postojanje snažnih i trajnih barijera za ulazak na tržište, strukturne, pravne ili regulatorne prirode;
2. struktura tržišta ne pokazuje tendencije razvoja efikasne tržišne konkurencije u odgovarajućem vremenskom periodu, ne dužem od tri godine i
3. primjena propisa kojima se uređuje zaštita konkurencije ne obezbjeđuje efikasno otklanjanje nedostataka na tržištu.

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

### 4.1 Prvi kriterijum: postojanje snažnih i trajnih barijera za ulazak na tržište strukturne, pravne ili regulatorne prirode

U skladu s članom 65 stav 3 ZEK-a, odnosno u skladu s Preporukom Evropske komisije, dvije vrste barijera su ključne prilikom određivanja postoje li visoke i trajne barijere ulaska na to tržište:

1. strukturne barijere;
2. pravne ili regulatorne barijere.

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

Prvi kriterijum pokazuje da li je tržište u određenom trenutku izloženo visokim i trajnim ulaznim (strukturnim, pravnim ili regulatornim) barijerama, što je prvi pokazatelj da je na njemu potrebna intervencija regulatora u cilju obezbeđivanja konkurencije i radi zaštite interesa krajnjih korisnika. Na tržištu na kojem nema ulaznih barijera postoji pritisak od strane potencijalne konkurencije na postojeće operatore i nema potrebe za prethodnom regulacijom. Imajući u vidu dinamičnost sektora elektronskih komunikacija, određena tržišta mogu se kretati u pravcu uspostavljanja efikasne konkurencije uprkos postojanju visokih i trajnih barijera, što je takođe potrebno uzeti u obzir prilikom ocjene ispunjenosti kriterijuma konkretnog relevantnog tržišta.

#### **4.1.1 Strukturne barijere ulaska na tržište**

Strukturne barijere postoje kada su postojeće tehnologije i priroda mreže, povezani troškovi ili nivo tražnje takvi da uzrokuju stvaranje asimetričnih uslova među operatorima, sprečavajući na taj način ulazak novih operatora ili razvoj konkurencije. Na primer, visoke strukturne barijere mogu biti prisutne kada tržište karakterišu apsolutne prednosti u pogledu troškova, značajna ekonomija obima i/ili ekonomija širine, ograničenja kapaciteta i visoki nenadoknadivi troškovi. Uobičajeno takve barijere se još uvek mogu identifikovati u pogledu široko rasprostranjene primjene i/ili obezbeđivanja lokalnih pristupnih mreža na fiksnim lokacijama. Povezana strukturna barijera, takođe, može postojati tamo gdje pružanje usluge zahtijeva komponentu mreže koja se ne može tehnički replicirati ili samo po cijeni koja je čini neekonomičnom za konkurente.

Na osnovu Preporuke Evropske komisije iz 2003. godine, regulatornim tijelima prilikom određivanja postoje li na tržištu visoke i trajne barijere ulaska mogu pomoći sljedeći kriterijumi koji ne moraju biti kumulativno zadovoljeni:

- a) nadzor infrastrukture koju nije lako replicirati;
- b) prisustvo nenadoknadivih troškova (*eng. sunk costs*);
- c) ekonomija obima;
- d) ekonomija širine i
- e) stepen vertikalne integracije.

##### **4.1.1.1 Nadzor infrastrukture koju nije lako replicirati**

Kontrola nad infrastrukturom koja se ne može lako replicirati je usko povezana sa postojanjem nenadoknadivih troškova koje Agencija tretira kao poseban podkriterijum. Infrastruktura koja se ne može lako replicirati je pokazatelj tržišne snage koju uživaju postojeći operatori i podiže prepreke ulasku potencijalnih operatora na ovo relevantno tržište, što implicira da ne postoji

konkurencija na predmetnom tržištu. Odnosno, ako mobilni operator ima na raspolaganju infrastrukturu koju nije lako replicirati i sama ta infrastruktura predstavlja važan faktor za pružanje usluga onda je samim tim u boljoj poziciji jer može djelovati na tržištu u značajnoj mjeri nezavisno od drugih učesnika na maloprodajnom i veleprodajnom tržištu. Osim toga, infrastruktura uvijek obezbjeđuje postojećim operatorima mogućnost primjene antikonkurentne prakse vertikalnog prenošenja značajne tržišne snage (*eng, Vertical leverage*) sa veleprodajnog na maloprodajna tržišta usluga.

Izgradnja nove mobilne mreže podrazumijevala bi značajna ulaganja i troškove koji se u velikoj mjeri mogu smatrati fiksnim i nezavisnim od ostvarenog obima saobraćaja. Uzimajući u obzir potrebu za izgradnjom mreže sa dobrom pokrivenošću i kapacitetom, jedinični troškovi bi mogli postati izuzetno visoki ukoliko mobilna mreža ne postigne bazu kupaca za koju je dimenzionisana, odnosno uporedivu sa mrežama operatora koji su već etablirani na tržištu mobilne telefonije.

Potencijalni novi učesnici na tržištu morali bi se suočiti sa brojnim ograničenjima u uslovima zrelog tržišta, visokom stopom penetracije na tržištu mobilne telefonije i širokim rasponom usluga u okviru paketa, odnosno bili bi izloženi neravnopravnoj tržišnoj utakmici sa postojećim mobilnim operatorima. Nadalje, izgradnja dovoljne baze klijenata podrazumijevala bi i značajne marketinške troškove koji se odnose na razvoj brenda i usluga koji se, takođe, do izvjesnog obima mogu smatrati nepovratnim troškovima.

Navedeno ukazuje da je kontrola infrastrukture koju nije lako replicirati značajna ulazna barijera za nove operatore mobilnih mreža.

Osim kontrole infrastrukture kao ulazne barijere Agencija je mišljenja da na predmetnom relevantnom tržištu u ovom trenutku postoje određene barijere za ulazak na tržište novog operatora, a koje su povezane sa upotrebom radio-frekvencijskog spektra, s obzirom da ne postoji mogućnost dodjele novih radio-frekvencija iz opsega koji se tradicionalno koriste za 2G, 3G, 4G i 5G. Sa aspekta raspoloživosti RF resursa, ulazak novog mobilnog operatora na bazi 5G mreže u punom kapacitetu je moguć, po postojećem Zakonskom okviru, tek 2031. godine kada ističu odobrenja postojećim Operatorima. Naravno, ako naš regulatorni okvir usaglasimo sa EU kodom, onda će postojeći operatori imati mogućnost da podnesu odgovarajući zahtjev, neposredno prije isteka Odobrenja, kojim će produžiti odobrenje bez tendera/aukcije čime se automatski produžava vrijeme kad će sa sadašnjim opsezima koji su namijenjeni mobilnoj službi produžiti vrijeme kad će opet novi Operator imati mogućnost da počne da razvija mrežu u Crnoj Gori. Agencija ne očekuje da će se neko pojaviti ko će htjeti da gradi mrežu na ovim slobodnim resursima, osim ako neko iz automobilske industrije bude zainteresovan da razvije mrežu za automna vozila na opsegu 26GHz ali i to nije očekivano, stoga ostaje pri svom zaključku da postoje barijere za ulazak novog operatora.

#### 4.1.1.2 Prisustvo nenadoknadivih troškova (eng. *sunk costs*)

Nepovratni troškovi su troškovi koje novi učesnik na tržištu ima kada investira u mrežu koja je potrebna za pružanje veleprodajnih usluga mobilnog pristupa i započinjanja (originacije) poziva, a koji se obično ne nadoknađuju pri izlasku sa tržišta.

Potencijalni operator može ponuditi usluge pristupa svojoj mreži prvenstveno ulažući u sopstvenu mrežu. Ova opcija, međutim, zahtijeva velika početna ulaganja, od kojih će se većina smatrati nenadoknadivim troškovima, s obzirom da se povraćaj investicije ne može očekivati ako operator odluči da izađe sa tržišta. Nepovratni troškovi, stoga, mogu djelovati kao prepreka ulasku za potencijalne operatore koji žele da izgrade sopstvenu mrežu i takmiče se sa postojećim operatorima.

Osim opcije izgradnje sopstvene mobilne mreže, kao *greenfield* scenarija, moguć je poslovni model da potencijalni operatori pristupe jednoj od mreža postojećih mobilnih operatora, koji u svojim referentnim ponudama za pristup nude veleprodajne usluge pristupa mreži i u referentnim interkonekcionim ponudama usluge originacije poziva, čija je cijena rezultat regulatorne kontrole Agencije već duži vremenski period.

Usluge ovog relevantnog tržišta su sadržane u navedenim referentnim ponudama postojećih operatora sa značajnom tržišnom snagom ali nijesu zaživjele u komercijalnom smislu na crnogorskom tržištu, zbog odsustva tražnje za istim. Stoga, Agencija je stava da samo postojanje veleprodajnih referentnih ponuda putem kojih potencijalni operatori mogu ostvariti pristup mreži postojećih operatora, ne mogu u potpunosti ukloniti već samo ublažiti postojanje prepreka ulasku na ovo relevantno tržište.

#### 4.1.1.3 Ekonomija obima

Ekonomija obima se odnosi na smanjenje troškova koje operator može da ostvaruje dok širi svoju pretplatničku bazu i osvaja tržište na kojem posluje. Ekonomija obima se generalno postiže kada se povećava obim pruženih usluga i troškovi svake dodatne jedinice opadaju, pod uslovom da se fiksni troškovi, između ostalih elemenata, dijele na veći broj jedinica.

Na tržištu mobilne telefonije u Crnoj Gori su već duži vremenski period prisutni operatori sa nacionalnom pokrivenošću teritorije i dobrom pozicioniranošću u pogledu broja korisnika i ostvarenog saobraćaja, što sve ukazuje na činjenicu da sva tri operatora uživaju prednosti ekonomije obima. U tom smislu, vjerovatnije je da će njihove veleprodajne cijene pristupa mreži biti niže od onih sa kojim bi mogli rentabilno poslovati potencijalni novi učesnici na ovom relevantnom tržištu.

Ovo predstavlja snažnu barijeru potencijalnim operatorima za ulazak na predmetno tržište zbog visokih troškova nastupa na tržište, jačanja pozicije ali i zbog visokih nenadoknadivih troškova u slučaju izlaska sa tržišta.

U svjetlu gore navedenog, Agencija je stava da ekonomija obima predstavlja značajno ograničenje za ulazak na predmetno relevantno tržište.

#### **4.1.1.4 Ekonomija širine**

Ekonomija širine se odnosi na potencijalne prednosti koje operator ima kada koristi istu infrastrukturu za pružanje više različitih proizvoda ili usluga. Kada operator nastupa na više različitih tržišta, zajednički troškovi se raspodjeljuju na više različitih usluga, čime se ostvaruje pad jediničnih troškova. Shodno tome, mogu se uštedjeti troškovi kada se koriste opšti i zajednički poslovni procesi ili tehnološka infrastruktura u pružanju grupe usluga.

Isto tako, kada je operator prisutan na velikom broju tržišta usluga, on može da dijeli zajedničke troškove za veći spektar usluga, odnosno takvom horizontalnom integracijom se ostvaruju prednosti ekonomije širine.

Postojeći mobilni operatori su razvili mreže koje, pored govornih usluga, korisnicima pruža i druge usluge, kao što su: usluge slanja SMS i MMS i prenosa podataka. Dakle, postojeći mobilni operatori koriste prednosti ekonomije širine budući da istovremeno korisnicima pružaju više različitih usluga, pojedinačno ili u paketu, koristeći iste mrežne elemente.

Dok postojeći mrežni operatori imaju koristi od ekonomije širine, potencijalni novi učesnici, s druge strane, mogu postići takvu ekonomiju širine samo ako uđu na veliki broj tržišta usluga uz istovremeno ostvarivanje ekonomije obima.

Agencija smatra da postojeći mobilni operatori uživaju prednosti ekonomije širine i da ista predstavlja barijeru potencijalnim operatorima za ulazak na ovo relevantno tržište.

#### **4.1.1.5 Stepen vertikalne integracije**

Vertikalna integracija podrazumijeva da je operator istovremeno prisutan na više različitih, vertikalno povezanih tržišta. Operator može odlučiti da uđe na tržište ulaganjem u uzvodna (*eng. upstream*) veleprodajna pristupna tržišta infrastrukturi i nizvodna (*eng. downstream*) maloprodajna tržišta usluga. Prisustvo na višim i nižim nivoima u lancu pružanja usluga stvara podsticaj takvom operatoru da diskriminiše postojeće i potencijalne konkurente koji su veleprodajni kupci, a takođe pruža i mogućnost za prenošenje značajne tržišne snage sa veleprodajnog na maloprodajni segment tržišta. Ova praksa je poznata kao tzv. vertikalna poluga (*eng. Vertical leveraging*).

Prisustvo vertikalno integrisanog operatora na veleprodajnom i maloprodajnom nivou u lancu usluga može hipotetički otežati alternativnim operatorima korišćenje potrebnih veleprodajnih usluga za pružanje usluga krajnjim korisnicima. Takođe, vertikalno integrisani operatori mogu hipotetički otežati ulazak potencijalnim učesnicima na tržište primjenom brojnih cjenovnih i ne-cjenovnih strategija. Međutim, Agencija u postupku sprovođenja analiza relevantnih tržišta identifikuje potencijalne i aktuelne antikonkurentske aktivnosti od strane operatora sa značajnom

tržišnom snagom nakon čega propisuje adekvatne i proporcionalne regulatorne mjere kao efikasan instrument za spriječavanje ili ublažavanje cjenovnog i necjenovnog diskriminatornog ponašanja.

Postojeći mobilni mrežni operatori Crnogorski Telekom, Mtel i One Crna Gora su vertikalno integrisani operatori, jer su aktivni na maloprodajnom nivou i aktivni na veleprodajnom nivou u smislu obezbjeđenja usluga samosnadbijevanja (*eng.self supply*) svom maloprodajnom segmentu. Takođe, postojeći mobilni mrežni operatori imaju objavljene Referentne ponude za pristup svojim mobilnim mrežama, za kojim do sada nije bilo interesa od strane potencijalnih operatora. Dakle, postojeći mobilni operatori bi se mogli ravnopravno takmičiti po ovom pitanju jer su svi vertikalno integrisani i svaki pojedinačni operator bi mogao podjednako iskoristiti tržišnu snagu i primjenjivati antikonkurentsku praksu vertikalnog prenošenja značajne snage sa uzvodnih veleprodajnih (*eng.upstream*) do nizvodnih maloprodajnih (*eng.downstream*) tržišta.

Imajući u vidu ove argumente, Agencija je od prvog kruga analize ovog relevantnog tržišta nametnula obavezu mobilnim mrežnim operatorima da ispune zahteve za pristup i korišćenje specifičnih elemenata mreže i zahtjeve za primjenom troškovnog i odvojenog računovodstva u slučaju cijene usluge originacije poziva iz mobilnih mreža kako bi doprinijela uvođenju konkurencije na maloprodajnom nivou. Na taj način potencijalni MVNO operatori koji žele da uđu na tržište mobilne telefonije mogli bi da se takmiče na maloprodajnom nivou bazirajući se na usluzi pristupa mreži nekog od postojećih mobilnih mrežnih operatora.

Imajući u vidu činjenicu da bi ulazak potencijalnog mobilnog operatora na ovo relevantno tržište, u odsustvu ex ante regulacije, bio vjerovatno uskraćen od strane postojećih operatora sa ciljem ograničavanja uvođenja konkurencije, Agencija smatra da vertikalna integracija i dalje predstavlja ograničenje za ulazak na ovo relevantno tržište.

#### **4.1.2 Pravne ili regulatorne prepreke ulaska na tržište**

Na osnovu preporuke 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.

Prema dokumentu Evropske grupe regulatora (ERG), glavne pravne ili regulatorne prepreke ulaska na tržište odnose se na slijedeće:

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

#### **4.1.2.1 Potreba za administrativnom odlukom, odnosno dozvolom, kako bi se moglo započeti sa komercijalnim radom**

Na osnovu Zakona o elektronskim komunikacijama, svako pravno ili fizičko lice dužno je da, prije početka korišćenja, odnosno operator prije prestanka ili izmjene režima korišćenja javnih elektronskih komunikacionih mreža ili pružanja javnih elektronskih komunikacionih usluga, u pisanoj formi, podnese prijavu Agenciji. Prijava se podnosi Agenciji, najmanje 15 dana prije početka korišćenja, odnosno prestanka ili izmjene režima korišćenja javnih elektronskih komunikacionih mreža ili pružanja javnih elektronskih komunikacionih usluga.

#### **4.1.2.2 Ograničenja i uslovi povezani sa upotrebom radio-frekvencijskog spektra**

Oslanjanje mobilnog sektora na ograničenost radiofrekvencijskog spektra stvara prepreku ulasku novih operatora na tržište. Najbolja međunarodna praksa sugerije da ograničena raspoloživost spektra uvijek predstavlja visoku i postojanu barijeru ulasku u sektor mobilne telefonije generalno, čak i ako postoji mogućnost da regulatori odobre u narednom periodu licence za korišćenje preostalih radio-frekvencijskih opsega za pružanje usluga mobilne telefonije izvan postojećih MNO licenci.

Planom namjene radio-frekvencijskog spektra u Crnoj Gori su za realizaciju radio pristupnog dijela javnih mobilnih elektronskih komunikacionih mreža (ECC koristi termin: MFCN) opredijeljeni sljedeći radio-frekvencijski opsezi:

- 694-790 MHz (opseg 700 MHz);
- 790-862 MHz (opseg 800 MHz);
- 880-915/925-960 MHz (opseg 900 MHz);
- 1427-1518 MHz (opseg 1500 MHz);
- 1710-1785/1805-1880 MHz (opseg 1800 MHz);
- 1920-1980/2110-2170 MHz (opseg 2 GHz);
- 2300-2400 MHz (opseg 2,3 GHz);
- 2500-2690 MHz (opseg 2,6 GHz);
- 3400-3800 MHz (opseg 3,6 GHz) i
- 24,25-27,5 GHz (opseg 26 GHz)

Nakon aukcija spektra koje su sprovedene 2016, 2021. i 2022. godine stanje dodjela za MFCN sisteme u Crnoj Gori po opsezima je sljedeće:

- 700 MHz - cjelokupni resursi u uparenom dijelu spektra dodijeljeni do 2031. godine, trenutno slobodan neupareni dio opsega;
- 800 MHz - cjelokupni resursi dodijeljeni do 2031. godine;
- 900 MHz - cjelokupni resursi dodijeljeni do 2031. godine;
- 1500 MHz - cjelokupan opseg (svih 90 MHz) slobodan za dodjelu za MFCN sisteme (predviđena upotreba za MFCN SDL);

- 1800 MHz - cjelokupni resursi dodijeljeni do 2031. godine;
- 2 GHz - cjelokupni resursi dodijeljeni do 2031. godine;
- 2,3 GHz - cjelokupan opseg (svih 100 MHz) slobodan za dodjelu za MFCN sisteme (predviđena upotreba za SDL);
- 2,6 GHz - 2x70 MHz (FDD) i 15 MHz (TDD) dodijeljeno do 2031. godine, trenutno slobodno 15 MHz (TDD);
- 3,6 GHz - cjelokupni resursi dodijeljeni do 2031. godine;
- 26 GHz - slobodno 1 GHz spektra (26,5-27,5 GHz) za dodjelu za MFCN sisteme, uključujući 5G NR.

Na aukciji spektra iz 2022. godine Agencija je, kroz rezervaciju spektra iz novih opsega (jedan blok širine 2x10 MHz iz opsega 700 MHz, 10 blokova širine 10 MHz iz opsega 3,6 GHz i 1 blok širine 200 MHz iz opsega 26 GHz), omogućila direktan pristup RF spektru zainteresovanom novom (četvrtom) mobilnom operatoru. Uz direktan pristup spektru, novom operatoru je garantovan pristup postojećoj elektronskoj komunikacionoj infrastrukturi, kao i nacionalni roaming kod postojećih mobilnih operatora u periodu od pet godina. S obzirom da nije bilo zainteresovanih subjekata, rezervisani spektar za nove operatore je, zajedno sa ostalim resursima, bio predmet otvorenog nadmetanja.

#### **4.1.2.3 Uticaji načina na koji je postavljena regulacija na nove operatore koji planiraju ulazak na tržište**

Agencija smatra da ne postoje nikakve odredbe, u zakonskim ili podzakonskim aktima, koje bi onemogućile operatoru da ostvari ulazak na Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz mobilnih mreža. Nadalje, svaki operator koji ulazi na tržište ne mora izgraditi sopstvenu pristupnu mrežu da bi pružao usluge korisnicima, već je u mogućnosti da koristi veleprodajne ponude koje je Crnogorski Telekom, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na vertikalno povezanim veleprodajnim tržištima, obavezan ponuditi svim operatorima koji djeluju 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.

Svaki operator koji ima poslovni plan ima mogućnost ulaska na tržište, ima pravo da postavi, upotrebljava i daje na korišćenje elektronsku komunikacionu mrežu i da pruža elektronske komunikacione usluge na području Crne Gore bez pribavljanja posebnog ovlašćenja, odnosno samo uz obavezu dostavljanja obavještenja Agenciji, o početku, promjenama i završetku obavljanja djelatnosti elektronskih komunikacionih mreža i usluga.

Iz navedenog je očigledno sa su preduzete odgovarajuće aktivnosti koje su minimizirale, odnosno uklonile pravne i regulatorne prepreke ulaska na tržište odnosno koje su omogućile ulazak na tržište većeg broja operatora, a samim time i liberalizaciju tržišta.



### 4.1.3 Zaključak o prvom kriterijumu

Na osnovu svih činjenica iznesenih u prvom kriterijumu, Agencija zaključuje da na Veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz mobilnih mreža i dalje postoje visoke i trajne strukturne prepreke ulaska na tržište.

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

## 4.2 Drugi kriterijum: struktura tržišta ne pokazuje tendencije razvoja efikasne tržišne konkurencije u odgovarajućem vremenskom periodu, ne dužem od tri godine

Drugi kriterijum je dinamički kriterijum, odnosno na osnovu tog kriterijuma Agencija je u mogućnosti odrediti je li tržište u određenom vremenskom razdoblju teži efikasnoj tržišnoj konkurenciji. Prva dva kriterijuma se međusobno dopunjuju, odnosno Agencija na osnovu oba kriterijuma može izvući zaključak je li neophodno vršiti prethodnu ili *ex-ante* regulaciju određenog tržišta. Da bi bila u mogućnosti da prethodno regulise određeno tržište, Agencija mora dokazati i statički i dinamički kriterijum, odnosno, mora dokazati da tržište u tačno određenom trenutku i određenom budućem vremenskom razdoblju ne teži savršenoj konkurenciji odnosno efikasnoj tržišnoj konkurenciji.

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

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

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

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

- a) tržišna učešća operatora na tržištu mobilne telefonije;
- b) dinamika tržišta mobilne telefonije;
- c) cjenovna kretanja i
- d) stepen diversifikacije proizvoda.

#### **4.2.1 Tržišna učešća operatora**

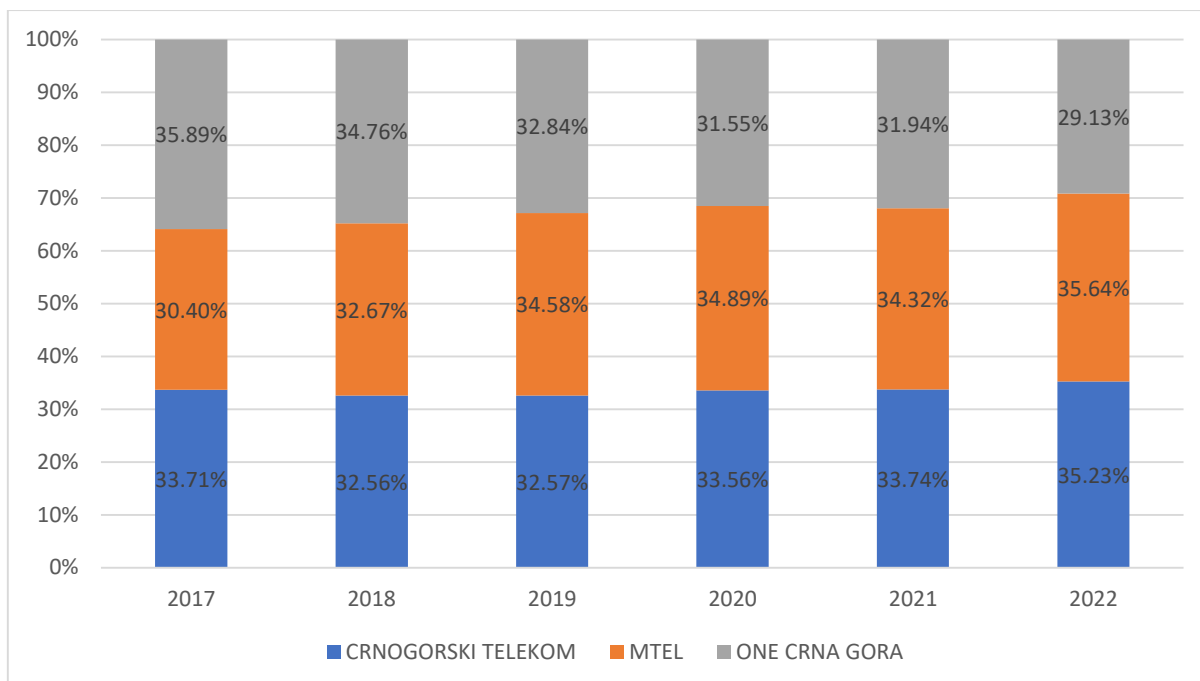
Prvi ekonomski kriterijum koji može poslužiti u svrhu ocjenjivanja u kvalitativnom i kvantitativnom smislu da li tržište teži razvoju efikasne konkurencije je određivanje tržišnog učešća operatora na relevantnom tržištu i njegova stabilnost u određenom vremenskom periodu.

S obzirom da je veleprodajno tržište pristupa i originacije poziva tzv. zamišljeno tržište, koje ne postoji u komercijalnom smislu, već se po definiciji ovog tržišta sastoji isključivo od usluga samosnadbijevanja operatora (*eng. self supply*), Agencija je kod provjere ispunjenosti uslova iz drugog kriterijuma koristila podatke koji se odnose na odgovarajuće maloprodajno tržište jer je samo na osnovu njih mogla izvesti zaključke o tome da li struktura tržišta teži efikasnoj konkurenciji. Stoga, tržišna učešća na nivou veleprodaje se određuju na osnovu tržišnih učešća na nivou maloprodaje, tj. u odnosu na broj korisnika i obim odlaznog saobraćaja operatora mobilnih mreža.

Agencija smatra da je važno utvrditi kako se tržišna učešća razvijaju u određenom vremenskom razdoblju i kakvi su njihovi trendovi, kako bi se ocijenilo da li tržište teži efikasnoj konkurenciji. U tom smislu potrebno je posmatrati stabilnost ili trendove koji ukazuju na potencijalne fluktuacije tržišnih učešća u relevantnom razdoblju.

##### **4.2.1.1 Tržišna učešća prema broju korisnika**

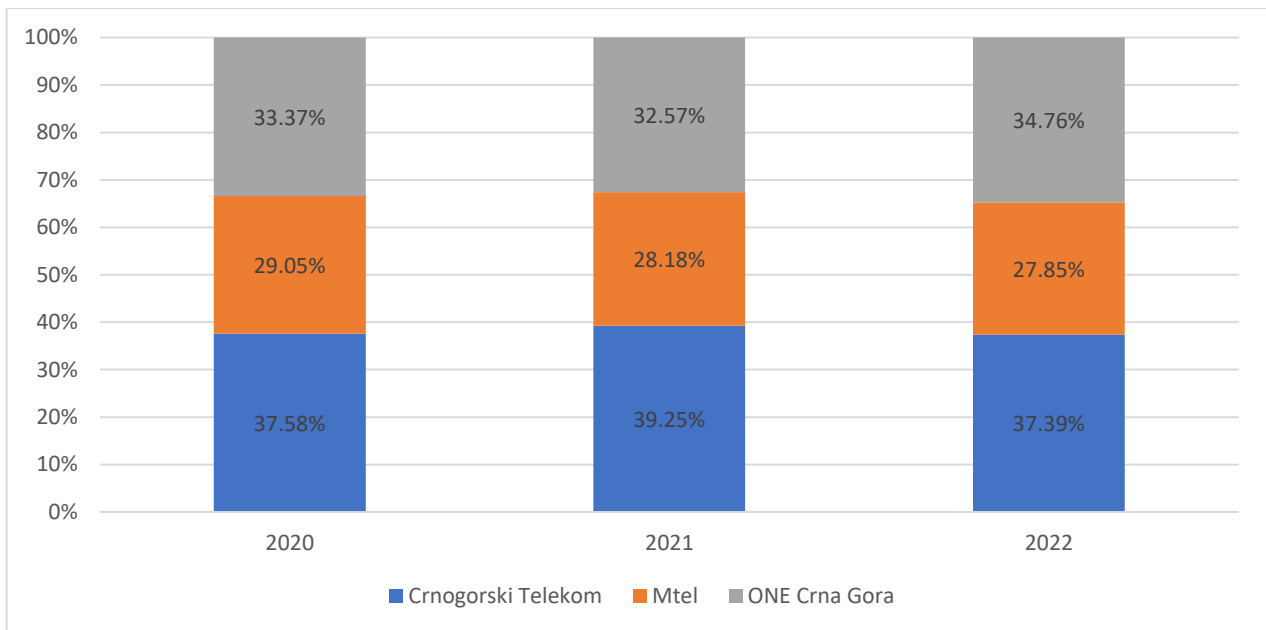
Učešće operatora na tržištu mobilne telefonije u odnosu na ukupan broj korisnika mobilne telefonije u periodu 2017.-2022. godine se nije značajno mijenjalo, što je prikazano na narednom grafiku:



**Grafik br. 1: Tržišna učešća operatora prema ukupnom broju korisnika mobilne telefonije u periodu 2017.-2022. godine**

Nadalje, ukupan broj korisnika mobilnih usluga (prepaid i postpaid) koji su pristupili internetu (putem mobilnih telefona i modema) tokom decembra 2022. godine iznosio je 642.967 pri čemu je sa 484.881 kartica internetu pristupljeno putem 3G tehnologije, sa 527.791 kartica putem 4G tehnologije pristupa, dok je sa 26.534 kartica internetu pristupljeno putem 5G tehnologije. Broj korisnika Crnogorskog Telekoma je iznosio 240.410 (37,39%), One Crna Gora 223.489 (34,76%), a Mtela 179.068 (27,85%). Broj korisnika koji su pristupili internetu preko mobilnih mreža tokom decembra 2022. godine veći je za 14,42% u odnosu na isti period 2021. godine.

Tržišna učešća prema broju korisnika koji pristupaju internetu putem 2G/3G/4G/5G mreže po operatorima predstavljena su sljedećim grafikom:

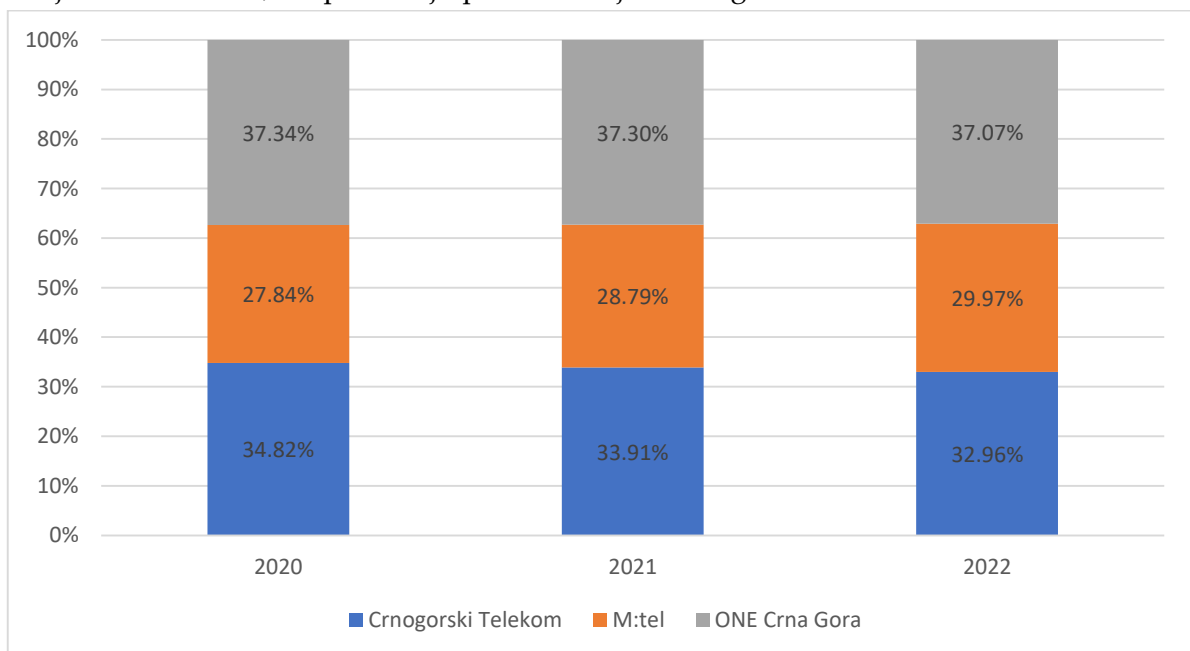


**Grafik br. 2: Tržišna učešća operatora prema ukupnom broju korisnika koji pristupaju internetu putem 2G/3G/4G/5G mreže u periodu 2020.-2022. godine**

Na bazi podataka prezentovanih na graficima evidentno je da tržišna učešća mobilnih operatora, prema broju korisnika mobilne telefonije i prema broju korisnika koji pristupaju internetu putem 2G/3G/4G/5G mreže, konvergiraju u posmatranom periodu.

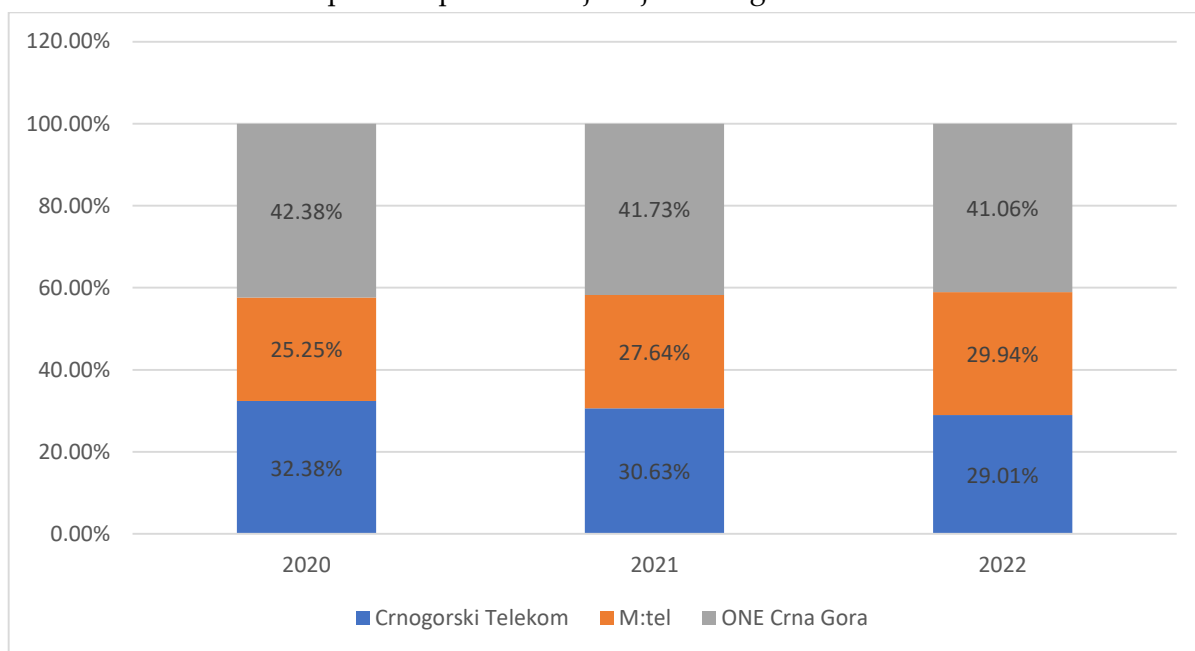
#### 4.2.1.2 Tržišna učešća prema obimu odlaznog saobraćaja

Kretanje tržišnih učešća operatora u ukupno ostvarenom saobraćaju tokom analiziranog perioda pokazuje stabilan trend, što potvrđuju podaci na sljedećem grafiku:



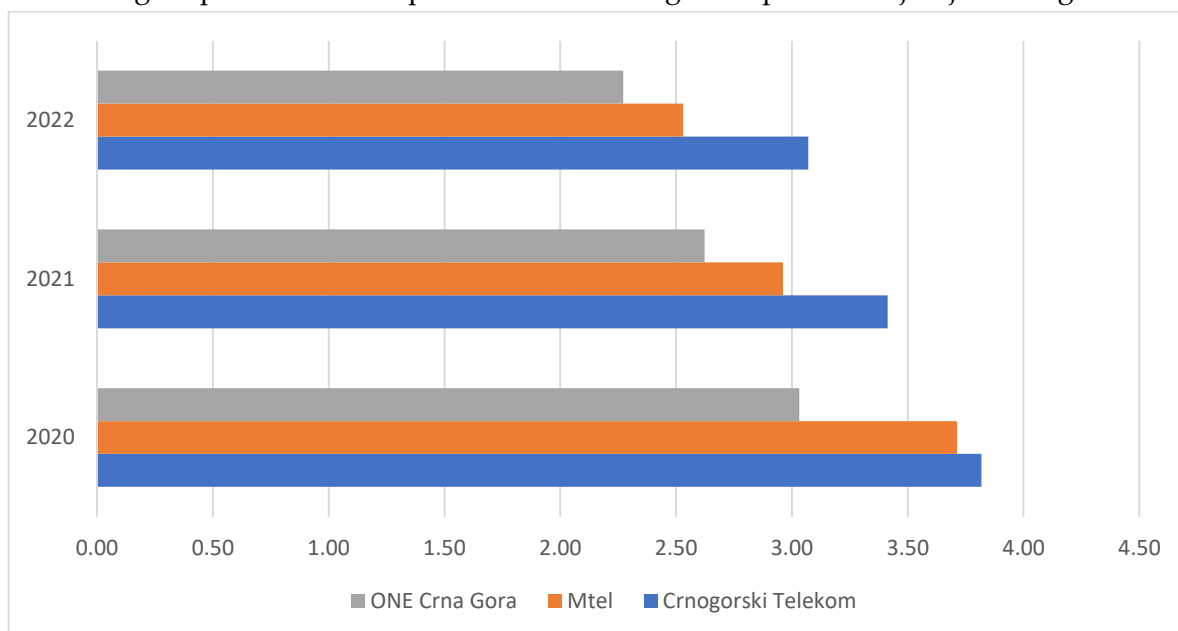
**Grafik br. 3: Tržišna učešća operatora prema ukupnom odlaznom saobraćaju u periodu 2020.-2022. godine**

Učešće operatora u ukupnom ostvarenom saobraćaju prema drugim mobilnim mrežama u posmatranom relevantnom periodu prikazano je sljedećim grafikom:



**Grafik br. 4: Tržišna učešća operatora prema odlaznom saobraćaju prema drugim mobilnim mrežama u periodu 2020.-2022.godine**

Kretanje vrijednosti pokazatelja odnosa saobraćaja unutar mreže i saobraćaja ka mobilnim mrežama drugih operatora tokom perioda 2020.-2022. godine prikazano je sljedećim grafikom:



**Grafik br. 5: Vrijednosti racia saobraćaja unutar mreže i saobraćaja prema drugim mobilnim mrežama u periodu 2020.-2022. godine**

Slične vrijednosti odnosa saobraćaja unutar mreže (on net) i saobraćaja van mreže (off net) upućuju na činjenicu da je saobraćaj operatora manje podložan uticaju međusobne konkurencije. Svaki od operatora je u stanju održavati ujednačen odnos on net i off net saobraćaja, što mu

omogućava izvući veće koristi od mrežnih eksternalija koje stvara njegova korisnička baza. Dakle, korisničke baze operatora su manje izložene pritisku konkurencije.

Na osnovu podataka prezentiranih u prethodnim graficima, očigledno je da su tržišna učešća mobilnih operatora u ukupnom ostvarenom saobraćaju i u ukupnom odlaznom saobraćaju ka drugim mobilnim mrežama stabilna u posmatranom periodu.

Stabilnost tržišnih učešća predstavlja indikator odsustva dinamike u konkurentskim odnosima operatora na predmetnom relevantnom tržištu.

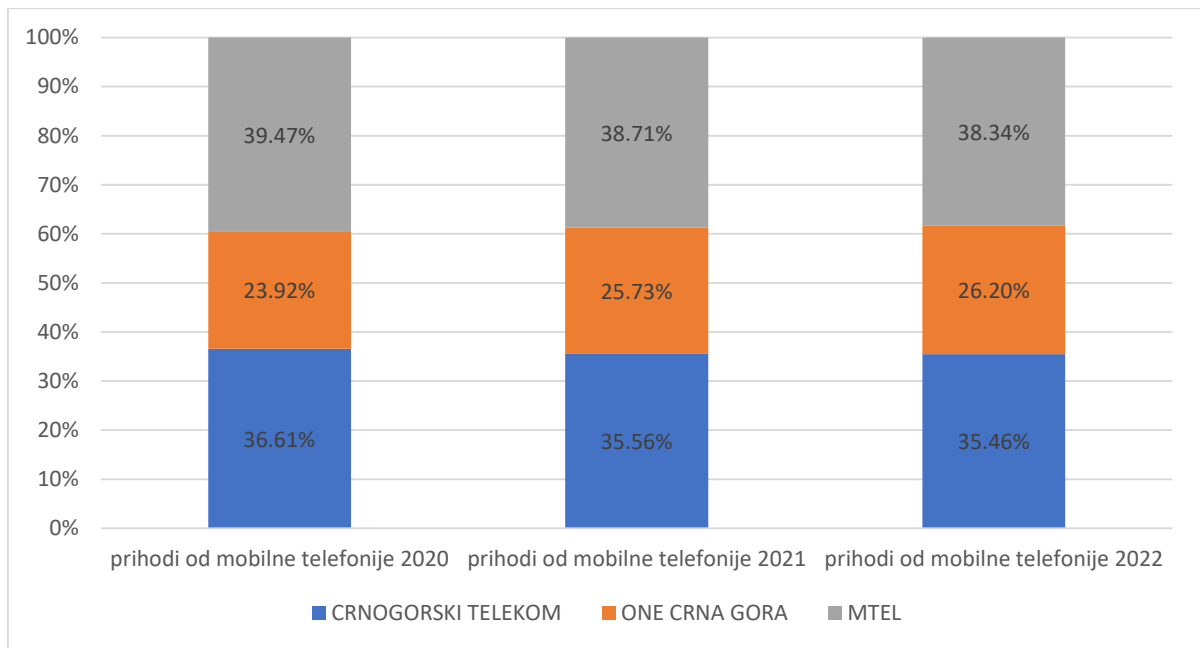
#### **4.2.1.3 Tržišna učešća prema prihodima od mobilne telefonije**

Prihodi od mobilnih elektronskih komunikacionih usluga svih operatora su na kraju 2022. godine bili veći za 22,33% u poređenju sa njihovim nivoom na kraju 2020.godine. Kad je riječ o Crnogorskom Telekomu prihodi od mobilne telefonije po osnovu pružanja maloprodajnih i veleprodajnih usluga su veći za 12,79 %, pri čemu je njihovo učešće u ukupnim prihodima Crnogorskog Telekoma od pružanja elektronskih komunikacionih usluga zadržani na približnom nivou od oko 48%.

Mtel je ostvario najveću stopu rasta prihoda od 26,84% na kraju finansijske 2022. u odnosu na 2020. godinu i značajno uvećao učešće prihoda od mobilne telefonije u ukupnim prihodima sa 55% u 2020 godini na 64,07% na kraju 2022. godine.

Takođe, One Crna Gora je ostvario rast prihoda po osnovu usluga mobilne telefonije od 25,41% u 2022. godini i uvećao učešće prihoda od mobilne telefonije u ukupnim prihodima sa 88,85% u 2020. godini na 90,79% na kraju 2022. godine.

Učešće operatora na tržištu mobilne telefonije u odnosu na ukupne prihode od mobilne telefonije u periodu 2020.-2022. godine se nije značajno mijenjalo, što je prikazano na narednom grafiku:



**Grafik br. 6: Tržišna učešća operatora prema prihodima od mobilne telefonije u periodu 2020.-2022. godine**

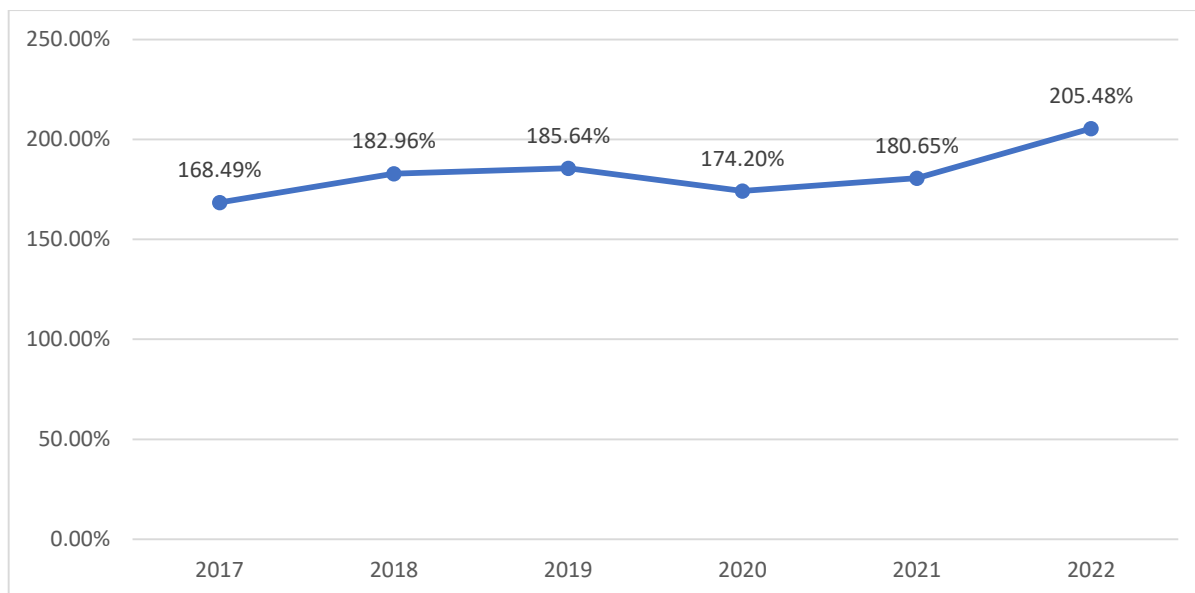
Što je veća simetrija tržišnih učešća među operatorima, veća je vjerovatnoća usklađivanja njihovih komercijalnih interesa. Operatori sa simetrijom u pogledu tržišnih učešća i strukture troškova imaju snažan podsticaj da koordiniraju svoje prakse na tržištu kako bi održali stabilnost putem simetrične pozicije na tržištu u pogledu svojih finansijskih performansi.

#### 4.2.2 Dinamika tržišta mobilne telefonije

Agencija je, nadalje, analizirala dinamiku tržišta mobilne telefonije analizom drugih indikatora kao što su stepen penetracije, rast i zrelost tržišta i stepen zastupljenosti usluge prenosivosti brojeva.

Na kraju 2022. godine broj korisnika mobilne telefonije u Crnoj Gori iznosio je 1.274.031, što odgovara penetraciji od 205,48%.

Na sljedećem grafiku prikazano je kretanje penetracije mobilne telefonije na godišnjem nivou za period 2017 - 2022. godina.



**Grafik br. 7: Kretanje stope penetracije mobilne telefonije u periodu 2017.-2022. godine**

Rast stope penetracije i rast broja pretplatnika od 13,75% u 2022. godini u odnosu na 2021. godinu je prvenstveno rezultat rasta tražnje za korišćenjem novih usluga u mobilnom portfelju, poput usluga prenosa podataka, ali i rezultat značajnog stepena fiksno-mobilne supstitucije.

Zrelost tržišta, kao dokaz stagniranja ili umjerenog rasta na strani tražnje, važan je aspekt za procjenu nivoa konkurentnosti iz razloga što zrela tržišta ne karakteriše snažna i agresivna konkurencija. Naime, situacija zrelog tržišta ima tendenciju da stvori povoljnije uslove za usvajanje koordinisanog ponašanja, jer je manje prostora za uspješan ulazak na tržište potencijalnom novom operatoru i sticanje značajnijeg tržišnog učešća na predmetnom tržištu.

Prosječna stopa rasta ukupnog broja pretplatnika u periodu od 2017. do 2022. godine je bila 4,27%. Odstupanja u odnosu na taj umjereni rast broja pretplatnika mobilne telefonije su zabilježena u 2020 godini (-6,16%) i u 2022. godini (+13,75%).

Da li će operatori koji posluju u visoko koncentrisanom sektoru imati ekonomske podsticaje da implicitno koordiniraju svoje ponašanje na tržištu zavisice od interakcije između više faktora, medju kojima su najznačajniji relativna zrelost tržišta i zastupljenost usluge prenosivosti brojeva.

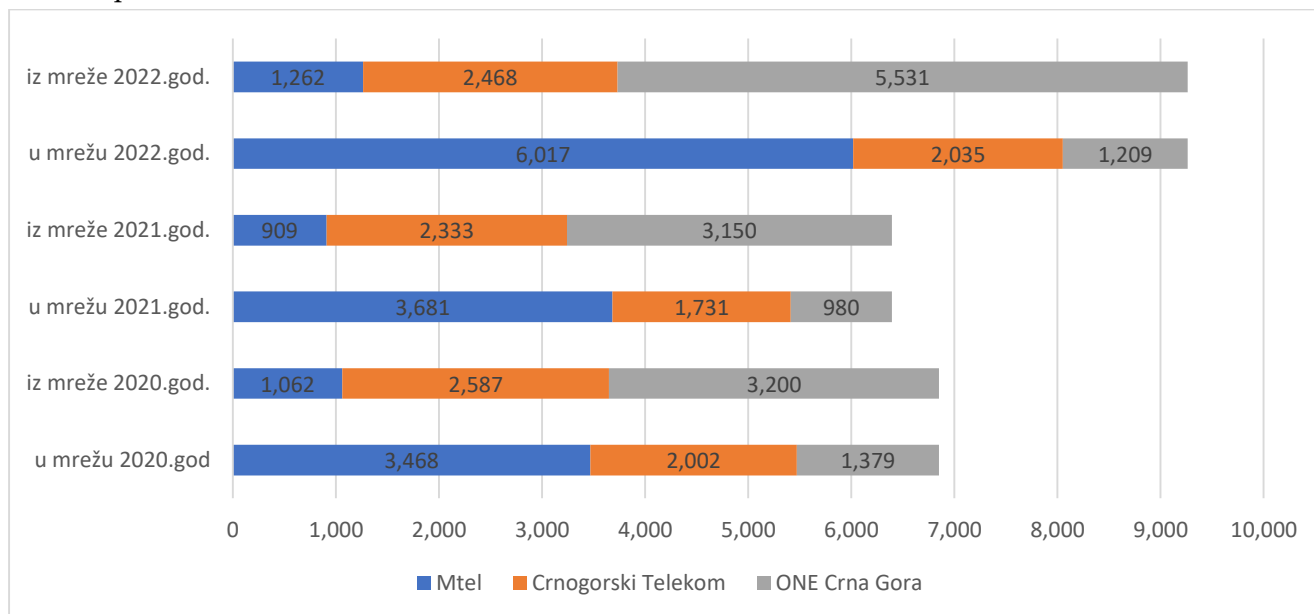
Agencija smatra da je usvajanje koordinisanog ponašanja od strane učesnika na tržištu u nekim aspektima olakšano u relativno stabilnoj i zreloj strukturi tržišta.

Usluga prenosivosti brojeva je veoma važan mehanizam za podsticanje konkurencije na tržištu elektronskih komunikacionih usluga te, stoga, faktor uticaja na dinamiku tržišta mobilne telefonije.



Prenosivost broja je usluga koja omogućava svakom pretplatniku da zadrži telefonski broj pri promjeni operatora. Pravilnikom o prenosivosti brojeva Agencije propisano je da je ukupno vrijeme za prenos broja 3 radna dana. Za sada, operatori pretplatnicima ne naplaćuju naknade za uslugu prenosa broja, ali operator u čiju se mrežu prenosi broj plaća 2,8 € po prenesenom broju operatoru iz čije se mreže prenosi broj.

Slijedi uporedni prikaz broja prenesenih brojeva u mobilne mreže i prenesenih brojeva iz mobilnih mreža operatora:



**Grafik br. 8: Broj prenesenih brojeva u mobilne mreže i prenesenih brojeva iz mobilnih mreža operatora u periodu 2020.-2022. godine**

Na osnovu grafika se može zaključiti da je u relevantnom periodu broj prenesenih brojeva iz mreže Crnogorskog Telekomu približan broju prenesenih brojeva u mrežu Crnogorskog Telekomu. Kod druga dva mobilna operatora taj odnos je neujednačen, pri čemu je evidentno da se u 2022. godini broj prenesenih brojeva u mrežu Mtela i broj prenesenih brojeva iz mreže One Crna Gora uvećao za cca 65% u odnosu na njihove nivoe u 2021. godini.

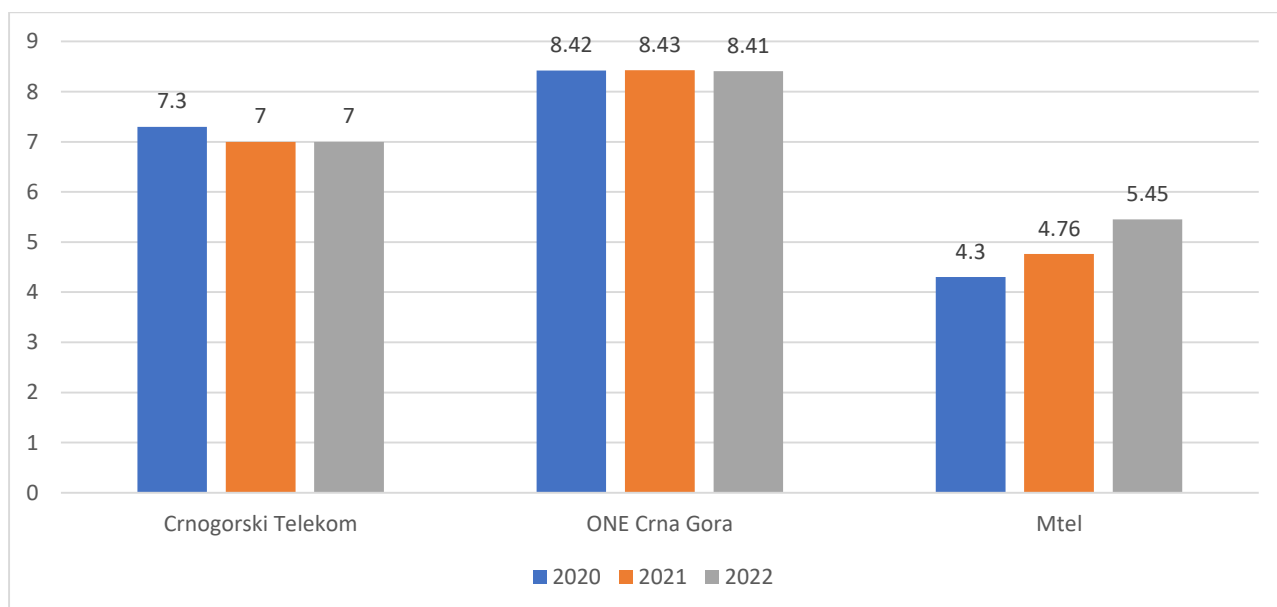
Na kraju 2022. godine 9.261 korisnik je promijenio mobilnog operatora i zadržao isti broj, što predstavlja 0.73% od ukupnog broja mobilnih korisnika. Dakle, ni usluga prenosivosti brojeva nije dala željene efekte, jer nije imala za rezultat značajno migriranje korisnika.

Na osnovu ovog podkriterijuma Agencija zaključuje da se za predmetno relevantno tržište ne može reći da teži teži efektivnoj konkurenciji.

### 4.2.3 Cjenovna kretanja

Kretanje cijena i politika cijena u određenom vremenskom periodu mogu odražavati stepen konkurentnosti tržišta, a samim tim mogu predstavljati indikator da li situacija na predmetnom relevantnom tržištu teži efektivnoj konkurenciji.

Protekle tri godine, na koje se odnosi ova analiza, tržište mobilne telefonije karakterišu relativno stabilne cijene mobilnih usluga na maloprodajnom nivou. Nedostatak efektivne cjenovne konkurencije na maloprodajnom nivou, koji se održava tokom godina u okolnostima visoko koncentrisanog tržišta, ukazuje da je ovaj sektor podložan koordiniranim aktivnostima postojećih operatora mobilnih mreža. Simetrična pozicija postojećih operatora, kao i odsustvo alternativnih konkurenata, doprinosi snažnim podsticajima za koordiniranim aktivnostima i praksama u pogledu cjenovnih i marketinških politika. Naime, operatorima je isplativije pribjegavati zajedničkoj prećutoj cjenovnoj politici, jer svako potencijalno smanjenje cijene od strane jednog operatora u cilju sticanja većeg tržišnog učešća, bilo bi odmah identifikovano i suprotstavljeno od strane drugih operatora u veoma kratkom vremenskom periodu. Takođe, odstupanje od koordinirane cjenovne politike ne bi bilo isplativo dugoročno posmatrano ni za jednog pojedinačnog operatora, jer bi rezultiralo nižom opštom cijenom usluga mobilne telefonije i manjim prihodima. Shodno tome, operatorima je racionalnije da koordiniraju svoje aktivnosti i održavaju stabilnom strukturu tržišta i cijena.



**Grafik br. 9: Usporedni pregled kretanja vrijednosti ARPU za mobilnu telefoniju po operatorima u periodu 2020.-2022. godine**

Na osnovu grafika zaključujemo da je vrijednost ARPU (Average Revenue Per User) mobilne telefonije ujednačena u analiziranom trogodišnjem periodu, naročito kod operatora Crnogorski

Telekom i One Crna Gora. Po mišljenju Agencije i ovo je indikacija da je na maloprodajnom nivou izostala konkurencija cijenama.

U analiziranom periodu (2020.-2022. godine) operatori nijesu primjenjivali povećanja cijena mjesečne pretplate i on net poziva. Međutim, već početkom 2023. godine došlo je do najave povećanja određenih cijena.

Crnogorski Telekom je 1. decembra 2022. godine, korisnike starih Smart Plus paketa migrirao na odgovarajuću tarifu iz aktuelnog Non-stop portfolija koja po svojim karakteristikama i cijeni najbliže odgovara paketu koji sada koriste. U novom paketu korisnicima nude više uključenih resursa i ostalih povoljnosti, kao i prenesene benefite sa trenutnih tarifa kao što su FF brojevi, s tim što im povećava cijenu mjesečne pretplate. Takođe, korisnici starih promo paketa Max 0 i Non-stop 0 su od 1. decembra 2022. godine migrirani na aktuelne pakete Odličan 5 Start i odgovarajući Odličan 5 Maxi paket (koji imaju veću količinu GB dok im je cijena mjesečne pretplate povećana za 0.5 eura sa PDV-om za korisnike Max 0 paketa, odnosno 1.10 eura sa PDV-om za korisnike Non-stop 0 paketa). Crnogorski Telekom se opredijelio za još jednu promjenu koja se odnosi na postpaid ustuge mobilne mreže za pravna lica - tako je počev od 1. januara 2023. godine uveo izmjene u paketu Smart Biznis 7, paket kome će u odnosu na aktuelni biti dodata 3GB, a iznos mjesečne pretplate je uvećan za 1 euro.

One Crna Gora je na početku 2023. godine obavijestio da od 1. juna 2023. godine mjesečne pretplate za nekomercijalne tarifne pakete Prenesi i Surfuj+ S, Prenesi Play+ S, Plus XS, Plus S, Plus M, Play 2, Play 200, Play Plus S, Play+ Solo, Play+1, Prenesi i Surfuj S, Pričaj i Surfuj S, Pričaj XS, Plus 5, Prenesi 50, Prenesi 90, Prenesi 110, Family, Family Member, Blue, Classic, PRIMA, Prenesi i Dopuni, Prenesi i Dopuna Plus, Prenesi Kredit 10, Prenesi Kredit 15, Prenesi Kredit 5, uvećava za 1 euro sa uključenim PDV-om (pri čemu će One Crna Gora korisnicima navedenih paketa, staviti na rapolaganje dodatnih 2 GB).

Mtel je, od 01.03.2023. godine, korisnicima paketa Neo Z , Urban S+, Urban M, Urban L,Urban XL, Urban NEO S, Urban NEO M, Urban NEO M +, Urban NEO L, Urban NEO XL, Urban NEO XXL, Surf Elastik, Surf L, kao i korisnicima biznis paketa Urban office S, Urban office M, Urban office L ,Urban office XL, Urban office NEO S, Urban office NEO M, Urban office NEO M+, Urban office NEO L, Urban office NEO XL, Urban office NEO XXL, Office Elastik, Surf office L povećao pretplatu za 1.00 eur (sa PDV).

Podatak da su operatori primijenili povećanje cijena usluge mjesečne pretplate u 2023. godini ukazuje na činjenicu da ne osjećaju konkurentski pritisak od drugih mobilnih operatora, niti bojazan da će se korisnici, kao rezultat povećanja cijena, preorijentisati na tarifne pakete i predmetne usluge drugih operatora.

Dinamika cijena na maloprodajnom tržištu ukazuje na to u kojoj mjeri postoji konkurencija na tržištu. U izolovanim uslovima, kad se apstrahuju drugi tržišni uticaji, sam trend povećanja cijena ukazuje na smanjenje konkurencije na maloprodajnom tržištu.

Agencija, na kraju, zaključuje da postojeći mobilni operatori primjenjuju slične cjenovne strategije i da postoji snažan podsticaj za operatore da koordiniraju svoje aktivnosti kako bi zadržali simetričnu poziciju na tržištu.

#### 4.2.4 Stepen diversifikacije proizvoda

Stepen diversifikacije proizvoda je jedan od podkriterijuma koji razmatra nivo homogenosti usluga u okviru paketa usluga kao činilac kojim se rukovode krajnji korisnici prilikom donošenja odluke da li da migriraju sa mreže jednog operatora na mrežu konkurentnog mobilnog operatora. Stepen diversifikacije proizvoda na maloprodajnom tržištu može ukazati na to u kojoj mjeri postoji konkurencija na tržištu.

U suštini, svi postojeći mobilni operatori u Crnoj Gori imaju sličnu mrežnu infrastrukturu koja im omogućava da pružaju iste usluge i proizvode. Sve tri mobilne mreže u Crnoj Gori su zasnovane na harmonizovanim standardima druge (GSM/DCS1800, uključujući paketski segment GPRS, odnosno EDGE), treće (UMTS, uključujući HSPA+ i DC-HSDPA) i četvrte generacije (LTE, odnosno *LTE-Advanced*) mobilnih elektronskih komunikacionih mreža. U martu 2022. godine mobilni operator Crnogorski Telekom, a u julu iste godine i mobilni operator One Crna Gora, su pustili u komercijalni rad 5G NR mreže koristeći postojeće frekvencijske resurse iz opsega 2 GHz i 2,6 GHz i uz primjenu tehnike dinamičkog dijeljenja spektra (DSS). Danas ove usluge nijesu ograničene samo na tradicionalne ponude govornih poziva, već obuhvataju druge usluge sa dodatom vrednošću, kao što su usluge povezane sa prenosom podataka, koje sva tri mrežna operatera pružaju preko svoje 4G i 5G mreže. Nadalje, svi operatori mobilnih mreža imaju sličnu nacionalnu pokrivenost. Osnovna pokrivenost signalom LTE mreže Crnogorskog Telekoma iznosi oko 97% stanovništva Crne Gore, dok pokrivenost signalom LTE mreže u smislu mogućnosti pružanja usluge prenosa podataka sa minimalnim protokom ka korisniku od 10 Mb/s iznosi 96,8% stanovništva Crne Gore (podaci su dobijeni putem softverske predikcije). Prema rezultatima softverske predikcije, osnovna pokrivenost stanovništva Crne Gore signalom LTE mreže One Crna Gora iznosi preko 96,8%, dok pokrivenost signalom LTE mreže u smislu mogućnosti pružanja usluge prenosa podataka sa minimalnim protokom ka korisniku od 10 Mb/s iznosi 95,2% stanovništva Crne Gore. Stepen osnovne pokrivenosti stanovništva Crne Gore signalom LTE mreže Mtela iznosi skoro 96,3%, dok pokrivenost signalom LTE mreže u smislu mogućnosti pružanja usluge prenosa podataka sa minimalnim protokom ka korisniku od 10 Mb/s iznosi preko 94,5% stanovništva Crne Gore (podaci dobijeni putem softverske predikcije). Imajući ove činjenice u vidu, postoje svi preduslovi da mobilni operatori pristupe koordiniranim aktivnostima putem sličnih ponuda usluga.

Svi operatori mobilne mreže pružaju niz usluga prilagođenih potrebama svojih korisnika. Neke mobilne usluge su u suštini identične. Na primjer, nude veoma slične postpaid pakete za male, srednje i visoke korisnike mobilne telefonije. Sva tri operatora u svojoj ponudi imaju pakete (koji su obično u sklopu „porodice“ paketa) koji podrazumijevaju neograničen broj minuta u mreži, neograničen broj minuta ka ostalim mrežama u Crnoj Gori, neograničene SMS-ove ka svim

mrežama (ove stavke su navedene brojčano npr: 30 000 minuta, 50 000 minuta ili samo kao neograničeno). Cijene pretplate zavise samo od količine prenešenih podataka obuhvaćenog paketom. Analogno tome, neki prepaid paketi su, takođe, skoro identični, iste cijene SIM kartica, ista cijena poziva prema svim mrežama, i takav status je zadržan tokom analiziranog perioda i nastavljen je u 2023. godini.

Nakon razmatranja stepena sličnosti i karakteristika paketa usluga, Agencija zaključuje da su određeni paketi usluga vrlo slični, što ukazuje na to da mrežni mobilni operatori osmišljavaju slične tržišne strategije, što je potvrda podsticaja da se dogovaraju i uključe u koordinisane antikonkurentske aktivnosti.

#### **4.2.5 Zaključak o drugom kriterijumu**

Na osnovu svih činjenica iznesenih u razmatranju drugog kriterijuma, Agencija zaključuje da na Veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža ne postoji tendencija ka efikasnoj tržišnoj konkurenciji i da su i dalje prisutne visoke i trajne prepreke za ulazak na tržište.

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

### **4.3 Treći kriterijum: primjena propisa kojima se uređuje zaštita konkurencije ne obezbjeđuje efikasno otklanjanje 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 obuhvata slijedeće:

#### **4.3.1 Step en opšteg nekonkurentnog ponašanja**

Propisi o zaštiti konkurencije smatraju se dovoljnim za otklanjanje nedostataka na tržištu u slučaju da ne postoji velika i učestala potreba za postupanjem Agencije za zaštitu konkurencije. S druge strane, ako nedostaci koji postoje ili se mogu javiti na tržištu zahtijevaju učestalu potrebu za intervencijom od strane Agencije za zaštitu konkurencije, poput zabrane svakog daljeg 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.

### **4.3.2 Stepen kompleksnosti uklanjanja nekonkurentnog ponašanja**

Određivanje stepena nekonkurentnog ponašanja od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom je zbog svoje složenosti efikasnije 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.

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

### **4.3.3 Nekonkurentno ponašanje može dovesti do nepopravljive štete na relevantnom tržištu ili na povezanim tržištima**

Na tržištu se mogu dogoditi situacije u kojima je blagovremena 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 replicirati.

### **4.3.4 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 replicirati infrastrukturu, odnosno u slučajevima u kojima je potrebno promovisati razvoj infrastrukturne konkurencije, primjena *ex-ante* regulacije mogla bi se dugoročno smatrati efikasnijom od primjene isključivo *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. Zatim, 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 blagovremen intervencija neophodna. Dakle, naknadno sankcionisanje zloupotreba statusa značajne tržišne snage, shodno Zakonu o zaštiti konkurencije, moglo bi se pokazati kao neblagovremeno za održavanje postojećeg stepena liberalizacije i uslova tržišne konkurencije.

Zakonom o zaštiti konkurencije („Sl. list Crne Gore” broj 44/12, 13/18 i 145/21) predviđeno je da Agencija za zaštitu konkurencije preduzima mjere prema učesnicima i udruženjima učesnika za učinjene povrede konkurencije ili radi njihovog spriječavanja, prestanka već nastale povrede i otklanjanja štetnih posljedica po učesnike i potrošače. Naime, u članu 43 Zakona o zaštiti konkurencije propisano je da ako nadležni organ preko ovlašćenog lica utvrdi da je zloupotrijebljen dominantan položaj, rješenjem, shodno članu 59 Zakona, utvrđuje povrede konkurencije te može da naloži mjere za otklanjanje utvrđene povrede konkurencije, odnosno spriječavanje njenog nastanka ili slične povrede i preduzimanje određene radnje ili zabranu preduzimanja određene radnje (mjere ponašanja).

Mjere moraju biti srazmjerne težini utvrđene povrede konkurencije i u neposrednoj vezi sa aktima ili radnjama koje su izazvale povredu.

Ako se utvrdi postojanje povrede konkurencije i značajne opasnosti od ponavljanja iste ili slične povrede kao neposredne posljedice strukture učesnika na tržištu, Agencija može da odredi mjeru koja ima za cilj promjenu u strukturi učesnika na tržištu radi otklanjanja te opasnosti (strukturne mjere), odnosno vraćanja na strukturu koja je postojala prije nastupanja utvrđene povrede.

Zakon o zaštiti konkurencije jasno i nedvosmisleno propisuje sve faze postupka koje treba sprovesti da bi se moglo donijeti konačno rješenje, ali analizirajući odredbe Zakona, zaključuje se da propisi o zaštiti konkurencije na relevantnom Veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža, ne bi omogućili dovoljno brzo rješavanje problema.

#### **4.3.5 Zaključak o trećem kriterijumu**

Na osnovu činjenica iznesenih u trećem kriterijumu Agencija zaključuje da su propisi o zaštiti konkurencije dovoljni da *ex-post* regulacijom riješe potencijalni problem koji bi se dogodio na relevantnom Veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža, ali takođe smatra da isti u ovom trenutku nisu u mogućnosti dovoljno brzo riješiti potencijalni problem na ovom relevantnom tržištu sklonom brzim promjenama, kada bi blagovremena intervencija bila neophodna.

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

#### **4.4 Mišljenje Agencije o ispunjenosti uslova za sprovođenje *ex-ante* regulacije na predmetnom relevantnom tržištu**

Prema mišljenju Agencije, relevantno Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža je podložno prethodnoj (*ex-ante*) regulaciji i to iz razloga što je zadovoljen Test tri kriterijuma, za koji je potrebno da su istovremeno zadovoljena sva tri kriterijuma shodno članu 65 stav 3 Zakona o elektronskim komunikacijama.

Na osnovu svega navedenog, Agencija ocjenjuje da je na Veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreže neophodno sprovesti analizu relevantnog tržišta.



# Prilog 1:

AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE I POŠTANSKU DJELATNOST			
SOPROBNICA			
19.12.2022			
Org.	Broj	Prilog	Vrijednost
0102	7486/1		



Crna Gora  
Agencija za zaštitu konkurencije

Adresa: ul. Svetlane Káne Rađević br. 3  
81000 Podgorica, Crna Gora  
tel: +382 20 239024  
fax: +382 20 239015  
www.azzk.me

Broj: 04-354/22-857/2  
Podgorica, 19.12.2022. godine.

**AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE  
I POŠTANSKU DJELATNOST**  
n/r g-din. Darka Grgurovića, izvršni direktor  
Bulevar Džordža Vašingtona 56, kula C  
81000 PODGORICA

**PREDMET:** Izjašnjenje i mišljenje na dostavljenu Odluku Savjeta Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost o pokretanju ponovnog postupka provjere ispunjenosti Testa tri kriterijuma sa ciljem dokazivanja opravdanosti dalje primjene prethodne regulacije.

Agencija za zaštitu konkurencije (u daljem tekstu: „Agencija“) je 23. novembra 2022. godine primila obavještenje Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost (u daljem tekstu: „AEKIP“) o Odluci Savjeta AEKIP o pokretanju ponovnog postupka provjere ispunjenosti Testa tri kriterijuma sa ciljem dokazivanja opravdanosti dalje primjene prethodne regulacije (u daljem tekstu: „Odluka“), sve u skladu sa nadležnostima AEKIP i Sporazuma o saradnji Agencije i AEKIP na planu obezbjeđivanja konkurencije na tržištu elektronskih komunikacija.

Agencija razumije da se predmetnom Odlukom pokreće novi postupak dokazivanja opravdanosti dalje primjene prethodne regulacije prilikom procjene značajne tržišne snage operatora primjenom testa tri kriterijuma, a imajući u vidu neophodnost utvrđivanja svih odlučnih činjenica u odnosu na eventualno promijenjene uslove poslovanja na pojedinačno definisanim tržištima. U tom smislu, Agencija na predmetnu dostavljenu Odluku nema sugestija i komentara. S obzirom da će nakon eventualnog donošenja predmetne Odluke od strane AEKIP-a, ispunjenost Test tri kriterijuma biti dostavljen na mišljenje na pojedinačno definisanim relevantnim tržištima, i to: (1) Maloprodajno tržište pristupa javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica, (2) Maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pružaju na fiksnoj lokaciji, (3) Maloprodajno tržište javno dostupne usluge međunarodnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pružaju na fiksnoj lokaciji, (4) Veleprodajno tržište poziva koji potiču (originiraju) iz javne fiksne telefonske mreže i (5) Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža, na koja će se Agencija naknadno izjasniti shodno čl. 19 stav 16 Zakona o zaštiti konkurencije („Sl. list CG“, br. 44/12, 13/18 i 145/21).

S poštovanjem,

Načelnik Odsjeka  
mr. Radojka Ćirković  
*R. Ćirković*

DIREKTOR  
dr. Nebojša Jovović

*N. Jovović*