



CRNA GORA
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE
I POŠTANSKU DJELATNOST

NACRT

**Analiza veleprodajnog tržišta pristupa i započinjanja
(originacije) poziva iz javnih mobilnih
telefonskih mreža**

Podgorica, jul 2024. 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	14
2.4 Hronološki redosljed aktivnosti Agencije u postupku analize relevantnih tržišta	15
2.5 Pregled dosadašnjih aktivnosti.....	17
3. DEFINICIJA RELEVANTNOG TRŽIŠTA	18
3.1 Opis postupka definisanja tržišta.....	18
3.2 Pregled i karakteristike tržišta mobilne telefonije u Crnoj Gori.....	19
3.2.1 One Crna Gora d.o.o. Podgorica.....	19
3.2.2 Crnogorski Telekom A.D. Podgorica	20
3.2.3 Mtel d.o.o. Podgorica.....	21
3.2.4 Pokrivenost teritorije i stanovništva mrežama mobilnih operatora	21
3.3 Relevantno tržište u dimenziji usluga.....	24
3.3.1 Analiza stepena supstitucije na strani tražnje/ponude	24
3.3.2 Analiza stepena supstitucije na strani tražnje – maloprodajni nivo	25
3.3.2.1 Pozivi započeti u fiksnim mrežama kao supstitutivna usluga pozivima započetim u mobilnim mrežama	26
3.3.2.2 SMS usluge	27
3.3.2.3 Neupravljeni pozivi putem internet protokola (VoIP) kao zamjenska usluga pozivima započetim u mobilnim mrežama.....	27
3.3.2.4 Rezidencijalni korisnici i poslovni korisnici	28
3.3.2.5 Usluge za postpaid korisnike i prepaid korisnike	28
3.3.2.6 Usluge mobilnog širokopojsnog pristupa internetu.....	29
3.3.2.7 Pristup mobilnim mrežama putem različitih tehnoloških platformi	30
3.3.3 Analiza stepena supstitucije na strani ponude -maloprodajni nivo	31
3.3.4 Zaključak o stepenu sustitucije – maloprodajni nivo	31
3.3.5 Analiza stepena supstitucije na strani tražnje – veleprodajni nivo.....	32
3.3.5.1 Oblici pristupa mobilnim mrežama.....	32
3.3.5.2 Veleprodajne usluge koje se pružaju preko mreža različitih mobilnih operatora ...	33
3.3.5.3 Usluga za sopstvene potrebe (<i>eng. self-supply</i>).....	33
3.3.5.4 Usluge pristupa i originacije iz fiksnih mreža	34
3.3.6 Analiza stepena supstitucije na strani ponude – veleprodajni nivo	35

3.3.7	Zaključak o stepenu sustitucije – veleprodajni nivo	35
3.4	Relevantno tržište u geografskoj dimenziji	36
3.5	Zaključak o određivanju relevantnog tržišta.....	36
4.	TEST TRI KRITERIJUMA	38
4.1	Prvi kriterijum: postojanje snažnih i trajnih barijera za ulazak na tržište strukturne, pravne ili regulatorne prirode	38
4.1.1	Strukturne barijere ulaska na tržište.....	39
4.1.1.1	Nadzor infrastrukture koju nije lako replicirati.....	39
4.1.1.2	Prisustvo nenadoknadivih troškova (<i>eng. sunk costs</i>)	40
4.1.1.3	Ekonomija obima	40
4.1.1.4	Ekonomija širine.....	41
4.1.1.5	Stepen vertikalne integracije	41
4.1.2	Pravne ili regulatorne prepreke ulaska na tržište	42
4.1.2.1	Potreba za administrativnom odlukom, odnosno dozvolom, kako bi se moglo započeti sa komercijalnim radom	43
4.1.2.2	Ograničenja i uslovi povezani sa upotrebom radio–frekvencijskog spektra.....	43
4.1.2.3	Uticaji načina na koji je postavljena regulacija na nove operatore koji planiraju ulazak na tržište.....	44
4.1.3	Zaključak o prvom kriterijumu.....	44
4.2	Drugi kriterijum: struktura tržišta ne pokazuje tendencije razvoja efikasne tržišne konkurencije u odgovarajućem vremenskom periodu, ne dužem od tri godine.....	45
4.2.1	Tržišna učešća operatora	46
4.2.1.1	Tržišna učešća prema broju korisnika	46
4.2.1.2	Tržišna učešća prema obimu odlaznog saobraćaja	47
4.2.1.3	Tržišna učešća prema prihodima od mobilne telefonije	49
4.2.2	Dinamika tržišta mobilne telefonije.....	50
4.2.3	Cjenovna kretanja	52
4.2.4	Stepen diversifikacije proizvoda.....	54
4.2.5	Zaključak o drugom kriterijumu	55
4.3	Treći kriterijum: primjena propisa kojima se uređuje zaštita konkurencije ne obezbeđuje efikasno otklanjanje nedostataka na tržištu	56
4.3.1	Stepen opšteg nekonkurentnog ponašanja	56
4.3.2	Stepen kompleksnosti uklanjanja nekonkurentnog ponašanja	56
4.3.3	Nekonkurentno ponašanje može dovesti do nepopravljive štete na relevantnom tržištu ili na povezanim tržištima	56
4.3.4	Potreba za regulatornom intervencijom kako bi se dugoročno osigurao razvoj efikasne konkurencije na tržištu	57

4.3.5	Zaključak o trećem kriterijumu.....	58
4.4	Mišljenje Agencije o ispunjenosti uslova za sprovođenje ex ante regulacije na predmetnom relevantnom tržištu.....	58
5.	Analiza relevantnog tržišta	59
5.1	Niska elastičnost tražnje.....	61
5.2	Sličnost tržišnih učešća.....	61
5.3	Homogenost proizvoda/usluga.....	63
5.4	Barijere za ulazak na tržište	64
5.5	Nedostatak kompenzacione kupovne moći	65
5.6	Ograničen prostor za cjenovnu konkurenciju	65
5.7	Nedostatak potencijalne konkurencije.....	66
5.8	Različite vrste neformalnih ili drugih dogovora između operatora.....	67
5.9	Zaključak o procjeni postojanja više operatora sa značajnom tržišnom snagom	69
6.	PREPREKE U RAZVOJU TRŽIŠNE KONKURENCIJE.....	70
6.1	Tržišna dimenzija prepreka razvoju konkurencije	71
6.1.1	Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage	71
6.1.2	Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage	71
6.1.3	Značajna tržišna snaga na pojedinom/jednom tržištu	72
6.1.4	Završavanje (terminacija) poziva.....	72
6.2	Uzročno posljedična dimenzija prepreka razvoju konkurencije.....	73
6.3	Prepreke razvoju efikasne konkurencije na veleprodajnom tržištu poziva koji potiču (originiraju) iz javnih mobilnih telefonskih mreža.....	73
6.3.1	Odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa.....	74
6.3.2	Prenošenje značajne tržišne snage na necjenovnoj osnovi.....	75
6.3.3	Prenošenje značajne tržišne snage na cjenovnoj osnovi.....	78
7.	ODREĐIVANJE OBAVEZA OPERATORIMA SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM	80
7.1	Obaveza objavljivanja podataka.....	81
7.2	Obaveza obezbjeđivanja nediskriminatornosti.....	84
7.3	Obaveza omogućavanja pristupa elementima mreže i njihovo korišćenje	85
7.4	Obaveza odvojenog vođenja računovodstvenih evidencija	88
7.5	Obaveza kontrole cijena i vođenja troškovnog računovodstva	89
	Prilog 1: Mišljenje Agencije za zaštitu konkurencije na zNacrt Odluke o pokretanju ponovnog postupka provjere ispunjenosti uslova Testa tri kriterijuma	91
	Prilog 2: Mišljenje Agencije za zaštitu konkurencije na Nacrtu Testova tri kriterijuma	92
	Prilog 3: Pregled odgovora Agencije na komentare, primjedbe i sugestije Crnogorskog Telekoma na nacrtu Testova tri kriterijuma na pet relevantnih tržišta	96

1. REZIME

Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost¹ je, shodno članu 8 Zakona o elektronskim komunikacijama² („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 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.

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.

¹ u daljem tekstu Agencija

² u daljem tekstu ZEK

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 posljednje 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 pristupa i započinjanja (originacije) poziva jedinstveno je za sve operatore mobilnih mreža i uključuje započinjanje (originaciju) poziva iz mobilnih mreža, nezavisno od toga da je li poziv upućen sa mobilnog uređaja koji podržava 2G, 3G, 4G ili 5G 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 sprovela 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.

III Analiza relevantnog tržišta

Na osnovu analize Agencija ocjenjuje da je struktura Veleprodajnog tržišta pristupa i originacije poziva iz mobilnih mreža u analiziranom periodu bila pogodna za primjenu antikonkurentskih aktivnosti zloupotrebe značajne tržišne snage mobilnih operatora u obliku precutnog dogovora (*eng. tacit collusion*), kao i da na relevantnom tržištu postoje mogućnosti i podsticaji za primjenu koordiniranih aktivnosti oko fokalne tačke koordinacije, a to su aktivnosti na uskraćivanju ili odbijanju pristupa svakoj od mreža postojećih mobilnih operatora, a po iskazanom interesu mobilnog virtuelnog operatora. Stoga, Agencija zaključuje da na ovom relevantnom tržištu operatori ONE Crna Gora doo Podgorica, Crnogorski Telekom AD Podgorica i Mtel doo Podgorica imaju značajnu tržišnu snagu.

Postojanje značajne tržišne snage sva tri mobilna operatora Agencija je utvrdila na osnovu sličnih tržišnih učešća operatora u posmatranom periodu, kao i analizom kriterijuma iz člana 68 Zakona o

elektronskim komunikacijama, kao što su: niska elastičnost tražnje, stepen vertikalne integracije, nedostatak kompenzacione kupovne moći, nedostatak potencijalne konkurencije.

Agencija je dodatno razmatrala i kriterijume iz Smjernica Evropske komisije o analizi tržišta i ocjeni statusa značajne tržišne snage dva ili više operatora, i to: stepen homogenosti proizvoda, visoke barijere ulasku na tržište, ograničen prostor za cjenovnu konkurenciju i različite vrste neformalnih ili drugih dogovora između operatora.

IV Regulatorne obaveze propisane operatorima sa značajnom tržišnom snagom

Na osnovu sprovedene analize Agencija je utvrdila da Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz mobilnih mreža nije dovoljno konkurentno i identifikovala ONE Crna Gora doo Podgorica, Crnogorski Telekom AD Podgorica i Mtel doo Podgorica kao operatore sa značajnom tržišnom snagom na ovom tržištu. Identifikacija operatora sa značajnom tržišnom snagom podrazumijeva propisivanje i nametanje *ex ante* obaveza, koje treba da budu proporcionalne i adekvatne utvrđenom problem, tj. odstupanju od efikasne konkurencije. Rješenjem izdatim određenom operatoru sa značajnom tržišnom snagom Agencija mora narediti preduzimanje bar jedne od mjera iz članova 71, 73, 74, 75 i 76 Zakona. U skladu sa tim, gore navedenim operatorima, kao operatorima sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom tržištu poziva koji potiču (originiraju) iz mobilne mreže, zadržavaju se obaveze koje su nametnute prethodnom analizom, odnosno određuju im se sljedeće regulatorne obaveze:

1. Obaveza objavljivanja podataka;
2. Obaveza obezbjeđivanja nediskriminatornosti;
3. Obaveza omogućavanja pristupa elementima mreže i njihovo korišćenje;
4. Obaveza odvojenog vođenja računovodstvenih evidencija;
5. Kontrola cijena i vođenje troškovnog računovodstva.

U skladu sa Smjericama Evropske komisije, prilikom određivanja regulatornih obaveza regulatori imaju u vidu sljedeće ciljeve:

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

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

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)⁸;
- 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 građana⁹;
- Direktiva 2009/140/EC, kojom se mijenjaju Direktiva 2002/21/EC o zajedničkom okviru, Direktiva 2002/19/EC o pristupu i interkonekciji i Direktiva 2002/20/EC o izdavanju odobrenja za mreže i usluge – Direktiva o boljoj regulaciji¹⁰.

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

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

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

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

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

8 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.

9 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.

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.

Evropska komisija je u decembru 2018. godine usvojila Direktivu (EU) 2018/1972 Evropskog parlamenta i Savjeta od 11. decembra 2018. godine¹¹ 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) stavljaju 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 tržišta¹², 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)¹³ 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)¹⁴ o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja sadrži 7 tržišta koja podliježu *ex-ante* regulaciji.
- Preporuku (2014/710/EU)¹⁵ 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 (EU) 2020/2245 o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja sadrži 2 tržišta koja podliježu *ex-ante* regulaciji.¹⁶

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

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).

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

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 ovlašćenja 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.

U Tabeli br. 1 dat je pregled svih relevantnih 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 pristupa infrastrukturi mreže (uključujući zajednički ili potpuno razvezani pristup)	11	4	3a) Veleprodajno tržište lokalnog pristupa mreži na fiksnoj lokaciji	1 Veleprodajno tržište lokalnog pristupa mreži na fiksnoj lokaciji
Veleprodajno tržište širokopoljnog 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 posljednje 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 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.
- 6.

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 konkurencije¹⁷ su potpisale Sporazum o saradnji na području obezbjeđenja konkurencije i predupređenja štetnih efekata nedostatka konkurencije na tržištu usluga elektronskih komunikacija.

¹⁷ Stari naziv za Agenciju za zaštitu konkurencije

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 Agencije u vezi sa pomenutom Odlukom se nalazi u Prilogu 1.

Savjet Agencije je, po pribavljenom Mišljenju Agencije za zaštitu konkurencije broj: 01-354/23-628/3 od 22.11.2023. godine (Prilog 2. ovog Dokumenta) kojim je istakla da nema primjedbi na nacрте Testova tri kriterijuma na pojedinačno definisanim relevantnim tržištima, usvojio konačne tekstove Testova tri kriterijuma na pet relevantnih tržišta.

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 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 19.10.2023. 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 23.10. 2023. godine do 23.11.2023. 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 i Crnogorskog Telekom A.D. Podgorica.
- Agencija za zaštitu konkurencije je u svom dopisu broj: 01-354/23-628/3 od 22.11.2023. godine (Prilog 2. ovog Dokumenta) istakla da nema primjedbi na tekstove nacrta Testova tri kriterijuma na pojedinačno definisanim relevantnim tržištima.
- Komentari Crnogorskog Telekom su dostavljeni uz dopis broj broj 04-16519/1 od 22.11.2023.godine i dati su integralno za sve nacрте Testova tri kriterijuma.
- Savjet Agencije je na sjednici održanoj 21.12.2023. 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 Prilogu br 3. ovog Dokumenta je dat Pregled odgovora Agencije na pristigle komentare tokom procesa javnih konsultacija na tekst Nacrta Testa tri kriterijuma.
- Savjet Agencije je na sjednici održanoj 21.12.2023. godine usvojio Odluku o usvajanju testova tri kriterijuma na pet relevantnih tržišta i, između ostalih, konačan tekst Testa tri kriterijuma na Veleprodajnom tržištu poziva koji potiču (originiraju) iz javnih mobilnih mreža.
- Odlukom Agencije o usvajanju Testova tri kriterijuma na pet relevantnih tržišta Agencija je, nakon sprovedenog Testa tri kriterijuma, zaključila da su na relevantnom Veleprodajnom tržištu poziva koji potiču (originiraju) iz javnih mobilnih mreža kumulativno ispunjeni

uslovi iz Testa, čime su ispunjeni preduslovi za sprovođenje postupka analize i dokazivanja opravdanosti dalje ex- ante regulacije.

- Savjet Agencije je na sjednici održanoj xx.xx.2024. godine usvojio Nacrt analize Veleprodajnog tržišta poziva koji potiču (originiraju) iz javne fiksne telefonske mreže i Nacrt analize Veleprodajnog tržišta 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. 2024. godine do xx. xx. 2024. godine.

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 prisustva dva ili više operatora sa značajnom tržišnom snagom, a u skladu sa ZEK-om, a na osnovu utvrđenih prepreka na tržištu Crnogorskom Telekomu, Mtel-u i ONE Crna Gora, kao operatorima sa 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.¹⁸

¹⁸[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, koje 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 i 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 se cijene svih drugih usluga zadrže na istom nivou, 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. Stepenn supstitucije se određuje pomoću:

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

Kod analiza stepenn supstitucije na strani tražnje utvrđuje se asortiman usluga koje krajnji korisnik može smatrati supstitutivnim uslugama na relevantnom tržištu. Stepenn supstitucije na strani tražnje 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.

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 itd.

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 Telekom 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 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). Na kraju 2022. godine u pristupnom dijelu LTE mreže Crnogorskog Telekoma 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 Telekoma 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 Andrijevice, 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 pristupnu mrežu, bili su u mogućnosti ponuditi uslugu odlaznih poziva.

Tražnja za veleprodajnom uslugom originacije poziva direktno proizilazi iz tražnje za uslugom odlaznih poziva 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 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. Stepenu supstitucije se određuje pomoću:

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

Stepenu supstitucije na strani tražnje na maloprodajnom nivou predstavlja stepenu 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.

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 iz određene mobilne mreže, potrebno je proučiti ponašanje korisnika, pri čemu se 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 i 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 slučaju ovog relevantnog tržišta, 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*).

Na osnovu navedenog, operatori mobilnih mreža u Crnoj Gori, Crnogorski Telekom, One Cma Gora i Mtel ne nude odvojeno usluge pristupa mreži i odlaznih poziva iz čega proizlazi da krajnji korisnik izborom bilo kojeg tarifnog paketa automatski dobija mogućnost pristupa mreži i ostvarivanja svih vrsta odlaznih poziva. Iz navedenog proizlazi da krajnji korisnici uslugu pristupa mreži odabranog mobilnog operatora i odlaznih poziva posmatraju kao integrisane usluge, kako sa tehničkog, tako 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. Usluga prenosivosti brojeva ima ograničavajući efekat na mobilne operatore iz razloga što je velika vjerovatnoća da će korisnici paketa usluga nekog od operatora, 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.

S obzirom da su usluga pristupa mobilnoj mreži i usluga odlaznih poziva sastavni dio istog tržišta proizlazi da se svaka pojedinačna mobilna mreža ne može, kao kod tržišta završavanja (terminacije) poziva smatrati odvojenim tržištem, već da su sve mreže zajedno sastavni dio istog tržišta.

Maloprodajne usluge pristupa mobilnoj mreži 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 (prema nacionalnim mobilnim mrežama – unutar iste ili ka drugoj mobilnoj mreži);
- usluga poziva prema negeografskim brojevima (brojevi za usluge sa dodatom vrijednošću);
- usluga poziva prema brojevima u nacionalnim fiksnim 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, s obzirom da krajnji korisnik nekog mobilnog operatora, ostvarivanjem pristupa mreži ima i 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 usluge pristupa i usluge odlaznih poziva, krajnji korisnik će biti prisiljen tražiti uslugu koja bi mogla zamijeniti prethodno pomenute usluge. Potencijalna supstitutivna usluga bi mogla biti usluga pristupa i usluga odlaznog poziva iz mreže fiksnog operatora. Međutim, pozivi iz fiksne mreže ne ispunjavaju osnovni zahtjev usluge poziva iz mobilne mreže, a to je mobilnost, odnosno korisnik usluge nije vezan 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.

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: Uporedne maloprodajne cijene poziva iz mreža mobilnih operatora koje završavaju u mobilnim, odnosno fiksnim mrežama

Operatori mobilnih mreža sa svojom cjenovnom politikom vrše snažan konkurentski pritisak na cijenu javno dostupne telefonske usluge poziva iz fiksne mreže, na način da u svojem 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 sa cijenom poziva unutar sopstvene mobilne mreže i za pozive ka drugim fiksnim mrežama.

U skladu s prethodno navedenim, stav Agencije je da krajnji korisnik u slučaju povećanja cijena neće pristup mreži operatora mobilnih mreža i uslugu odlaznog poziva iz mobilne mreže zamijeniti pristupom mreži operatora fiksne mreže i uslugom odlaznog poziva iz fiksne mreže.

3.3.2.2 SMS usluge

SMS poruke se od usluge 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 prolijedi“.

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.

Operatori mobilnih mreža u Crnoj Gori nude postpaid korisnicima ili prepaid korisnicima unutar svih tarifnih paketa usluge SMS-a zajedno sa 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, mogućnost pojave zamjenjivosti na nivou individualne usluge je vrlo mala. Dakle, riječ o usluzi koja se ne nudi samostalno, ni na maloprodajnom ni na veleprodajnom nivou.

U skladu sa prethodno navedenim, stav Agencije je da se usluga ostvarivanja poziva i usluga slanja SMS poruke mogu smatrati komplementarnim uslugama, iz razloga što ih krajnji korisnik smatra sastavnim dijelom istog relevantnog 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 neupravljanje. 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 i kao takva nema zagarantovani

kvalitet, 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, One Crna Gora i Mtel nude tarifne pakete kako za rezidencijalne tako i za 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 u strukturi u rasponu 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 obezbjeđenja usluga pristupa i usluga odlaznih poziva poslovnom i rezidencijalnom korisniku u osnovi isti. Stoga bi podjela tržišta prema takvim vrstama korisnika bila neprikladna.

U skladu s navedenim, Agencija rezidencijalne i poslovne korisnike posmatra 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% nasuprot 56%, iako je maloprodajna cijena poziva često veća kod tarifnih paketa za korisnike bez pretplatničkog odnosa (prepaid), nego kod tarifnih paketa za korisnike sa pretplatničkim odnosom (postpaid). Međutim, osnovni razlog za vrelativno visoko učešće prepaid korisnika u broju ukupnih korisnika je u tome da 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 navedenog, 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 standardnih usluga u koje nužno spadaju usluga pristupa i usluga odlaznog poziva iz mobilnih mreža, jer ih i operatori uglavnom nude odvojeno.

Usluge mobilnog širokopojasnog pristupa internetu se ne ubrajaju u skup tradicionalnih usluga koje korisnici žele koristiti uvijek i bilo gdje, kao što je to slučaj sa uslugom pristupa i uslugama odlaznih poziva. Nadalje, vještine i iskustvo korisnika sa korišćenjem novijih tehnologija bitno opredjeljuju stepen korišćenja usluga mobilnog širokopojasnog pristupa internetu.

Usluga prenosa podataka se u pravilu ne mora odvijati u realnom vremenu, pa iz ugla korisnika ne predstavlja u potpunosti ispunjenje zahtjeva za mobilnošću, kao što je slučaj sa upućivanjem poziva i slanjem 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, kao i 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 usluzi pristupa i uslugama odlaznih 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 ova analiza, na kraju 2020. godine iznosio je 27.953, zatim na kraju 2021. godine 30.113 i na kraju 2022. godine 35.554 korisnika.

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 usluge prenosa podataka određuje nivo cijene paketa usluga, jer se govorni pozivi za nacionalne fiksne, mobilne mreže i tekstualne poruke često nude na neograničenoj osnovi u okviru tarifnog paketa.

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

3.3.2.7 Pristup mobilnim mrežama putem različitih tehnoloških platformi

Agencija je razmatrala da li postoji razlog da se u definiciji relevantnog tržišta usluga na maloprodajnom nivou 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 definisanjem 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 usluge odlaznih poziva iz mobilnih mreža i koji ne posjeduje sopstvenu infrastrukturu, u slučaju povećanja cijene usluge hipotetičkog monopoliste istu počne pružati. U slučaju usluge pristupa i usluge odlaznih poziva iz mobilnih mreža iste ne bi bilo moguće pružiti u kratkom vremenskom periodu jer, 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 značajno i 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 sustitucije – 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 preći sa 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 sa dodatom vrijednošću);
- 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.

Da bi mobilni operatori mogli pružati usluge mobilne telefonije krajnjim korisnicima neophodno je da imaju pristup gore navedenim elementima, bilo putem izgradnje sopstvene pristupne mreže bilo korišćenjem infrastrukture postojećih operatora na tržištu.

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

3.3.5.1 Oblici pristupa mobilnim mrežama

Operatorima koji nemaju sopstvenu infrastrukturu pristup mobilnim mrežama postojećih operatora je preduslov za pružanje usluga mobilne telefonije krajnjim korisnicima.

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

Agencija pod operatorom mobilne virtuelne mreže (MVNO – *Mobile Virtual Network Operator*) smatra slijedeće 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 virtualni operator nema mogućnosti da ponudi drugačije tarifne pakete od ponude 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;
- Pravi virtualni operator (*eng. full or extended MVNO*) – U pitanju je virtualni 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 virtualnog operatora ima mogućnost zaključivanja sopstvenih roaming ugovora kao i ugovora o interkonekciji.

Agencija je mišljenja da nevedeni različiti poslovni modeli koji postoje na tržištu ne bi trebali biti sastavni dio istog relevantnog tržišta, s obzirom da su zasnovani na različitim resursima i pretpostavkama, odnosno različitim strategijama ulaska na tržište. Medutim, 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 na veleprodajnom nivou 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 sa ciljem da navedene usluge ponude krajnjim korisnicima koji navedene usluge posmatraju kao integrisane usluge. Dalje, operator koji nema sopstvenu infrastrukturu, te su mu 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 ukupan 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 postojećih 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, koncept 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 okviru fiksnih mreža. Dakle, evidentno je da postoji značajan stepen fiksno-mobilne supstitucije.

Međutim, fokus definicije ovog tržišta je da li će marginalno, ali značajno i trajno povećanje cijena usluga u mobilnoj telefoniji dovesti do prelaska korisnika na usluge fiksne telefonije u obimu koji povećanje cijena čini neisplativim. Aktuelni obrasci potrošnje krajnjih korisnika ne ukazuju na vjerovatnost ovog scenarija. Rast u obimu usluga prenosa govora i podataka iz mobilnih mreža ukazuje na to da krajnji korisnici neće zamijeniti usluge mobilne telefonije uslugama fiksne telefonije.

U određenoj mjeri, usluge širokopojasnog 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 Internetu 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 i trajnom povećanju cijene 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 i 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 potrebna 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, mogu početi nuditi navedene usluge preko sopstvene infrastrukture. Naime, izgradnja sopstvene pristupne mreže iziskuje visoka ulaganja, na 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 (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 pristupa i započinjanja (originacije) poziva jedinstveno je za sve operatore mobilnih mreža i uključuje započinjanje (originaciju) poziva iz mobilnih mreža, nezavisno od toga da je li poziv upućen sa mobilnog uređaja koji podržava 2G, 3G, 4G ili 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 (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 relevantnog tržišta 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 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 obezbjeđivanja 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. 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 podkriterijumi koji ne moraju biti kumulativno zadovoljeni:

1. nadzor infrastrukture koju nije lako replicirati;
2. prisustvo nenadoknadivih troškova (*eng. sunk costs*);
3. ekonomija obima;
4. ekonomija širine i
5. 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 preduslov 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.

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 korisnika 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 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 uđe na crnogorsko tržište mobilne telefonije. Agencija ne očekuje da će se neki potencijalni operator 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 teško, 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 u slučaju napuštanja tržišta.

Potencijalni operator može ponuditi usluge pristupa svojoj mreži prvenstveno ulažući u sopstvenu mrežu. Ova opcija, međutim, zahtijeva velika početna investiciona ulaganja, od kojih će se većina smatrati nenadoknadivim troškovima. 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 nude veleprodajne usluge pristupa mreži i u Referentnim interkonekcionim ponudama nude 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 postojanje veleprodajnih referentnih ponuda putem kojih potencijalni operatori mogu ostvariti pristup mreži postojećih operatora samo po sebi, ne može 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 čime troškovi svake dodatne usluge opadaju, pod uslovom da se fiksni troškovi dijele na veći broj usluga.

Na tržištu mobilne telefonije u Crnoj Gori su već duži vremenski period prisutni operatori sa gotovo nacionalnom pokrivenošću teritorije i dobrom pozicioniranošću u pogledu broja korisnika i ostvarenog saobraćaja, što 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 i jačanja tržišne pozicije ali i zbog visokih nenadoknadivih troškova u slučaju izlaska sa tržišta.

U svijetlu 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.

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

Postojeći mobilni operatori su razvili mreže koje korisnicima, pored govornih usluga pružaju i druge usluge, kao što su: usluge slanja SMS i MMS i usuge 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 Step en 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 uzlazna (*eng.upstream*) veleprodajna tržišta pristupa infrastrukturi i silazna (*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 kao inputa 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 antikonkurentne 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 uzlaznih veleprodajnih (*eng.upstream*) do silaznih 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 sugeriše 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 da 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 reguliše 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 učešća.

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 da li je 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 slijedeće:

1. tržišna učešća operatora na tržištu mobilne telefonije;
2. dinamika tržišta mobilne telefonije;
3. cjenovna kretanja i
4. stepen diversifikacije proizvoda.

4.2.1 Tržišna učešća operatora

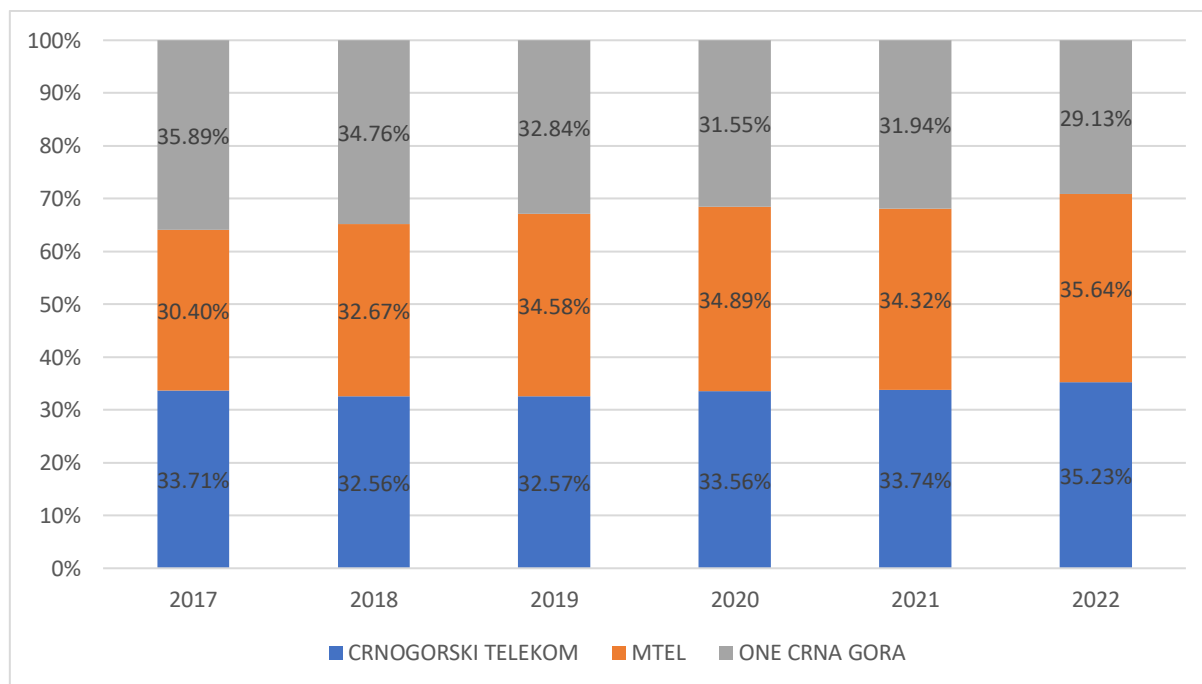
Prvi ekonomski kriterijum koji može poslužiti u svrhu ocjenjivanja u kvalitativnom i kvantitativnom smislu da li tržište teži razvoju efikasne konkurencije je određivanje tržišnog učešća operatora na relevantnom tržištu i njegova stabilnost u određenom vremenskom periodu.

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*) svojih maloprodajnih segmenata poslovanja, 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:

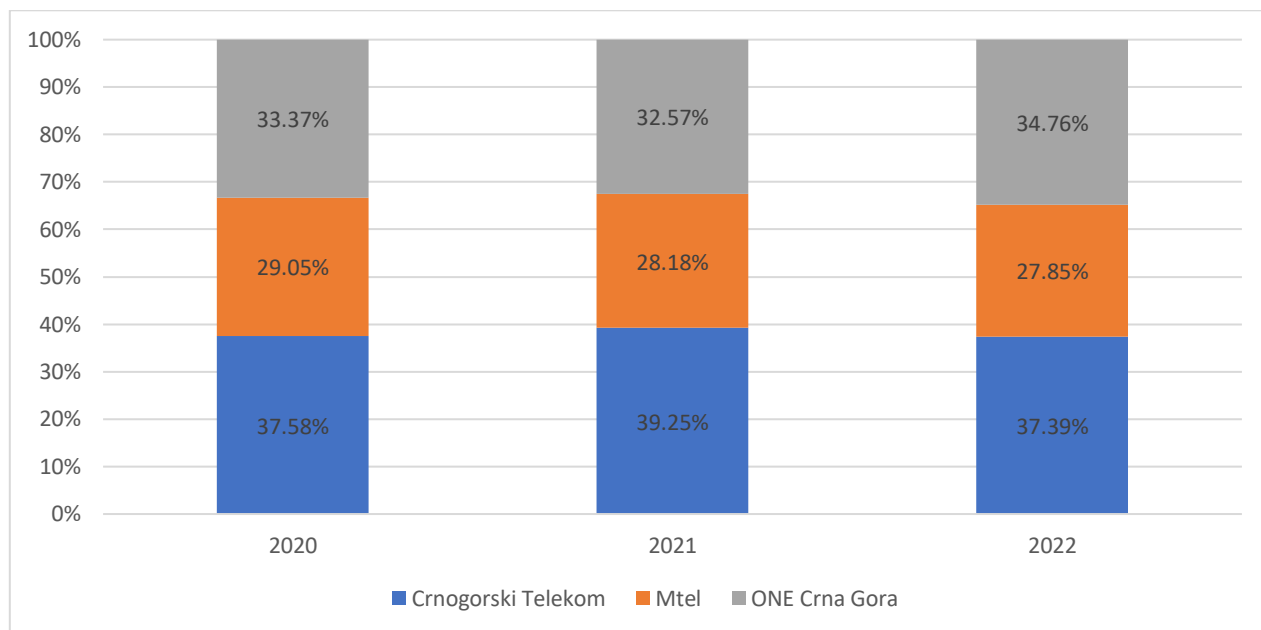


Grafik br.1: Tržišna učešća operatora prema ukupnom broju korisnika mobilne telefonije u periodu 2017.-2022.godine

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. Broj korisnika Crnogorskog Telekom 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:

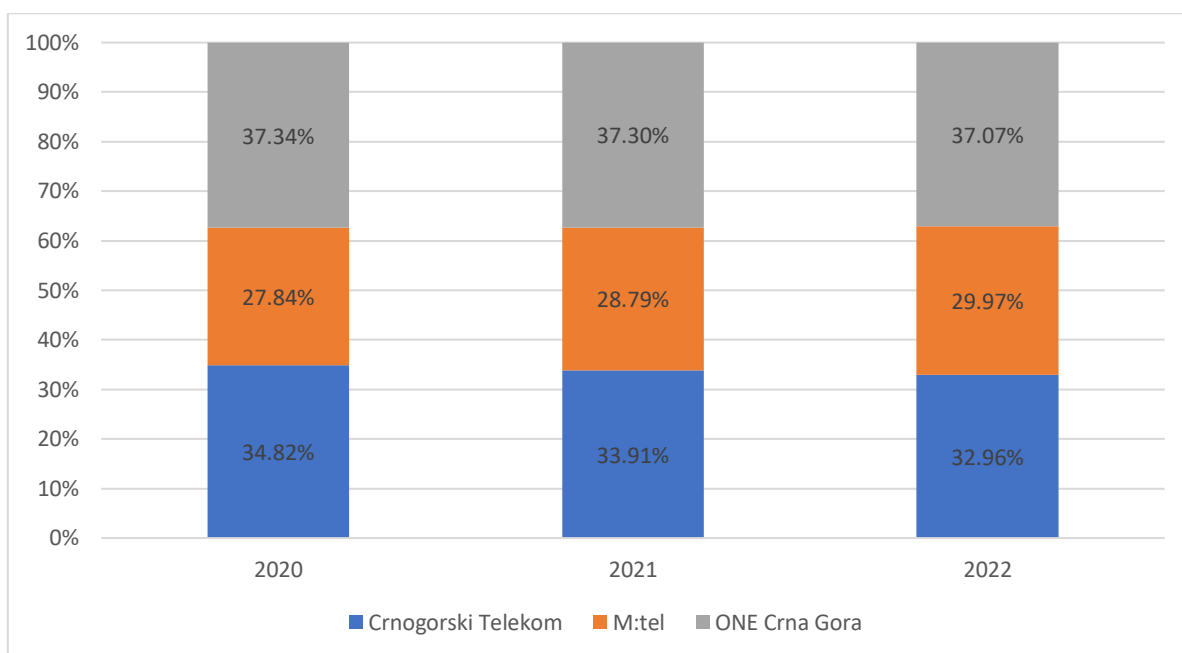


Grafik br.2: Tržišna učešća operatora prema ukupnom broju korisnika koji pristupaju internetu putem 2G/3G/4G/5G mreže u periodu 2020.-2022.godine

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.

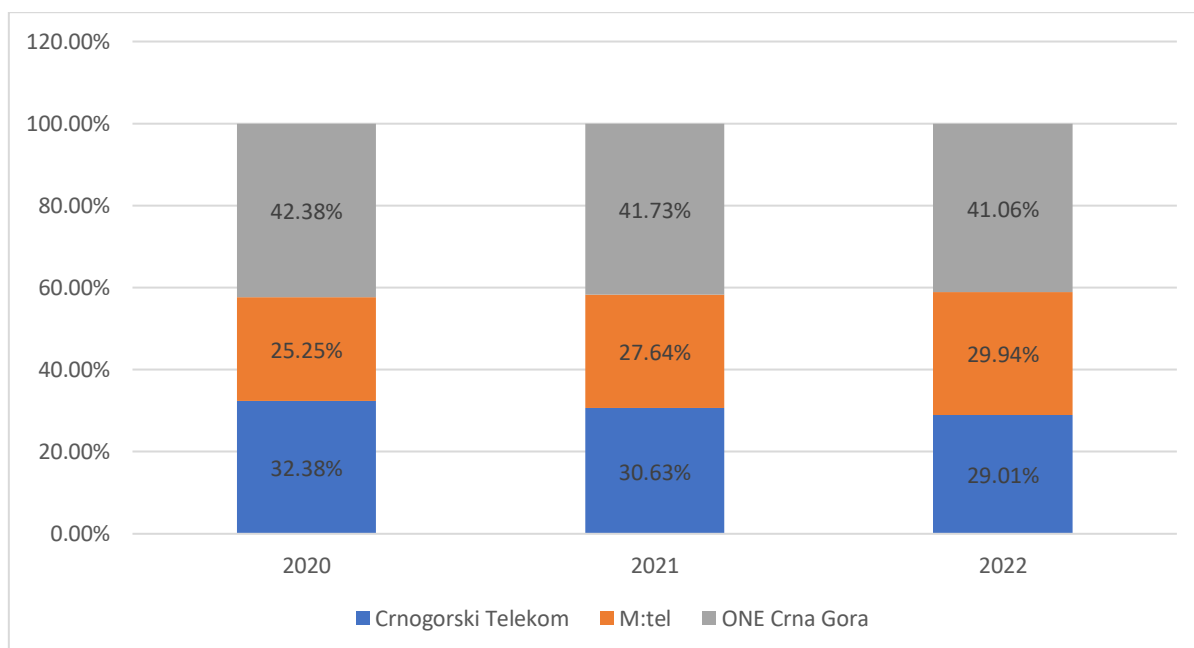
4.2.1.2 Tržišna učešća prema obimu odlaznog saobraćaja

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



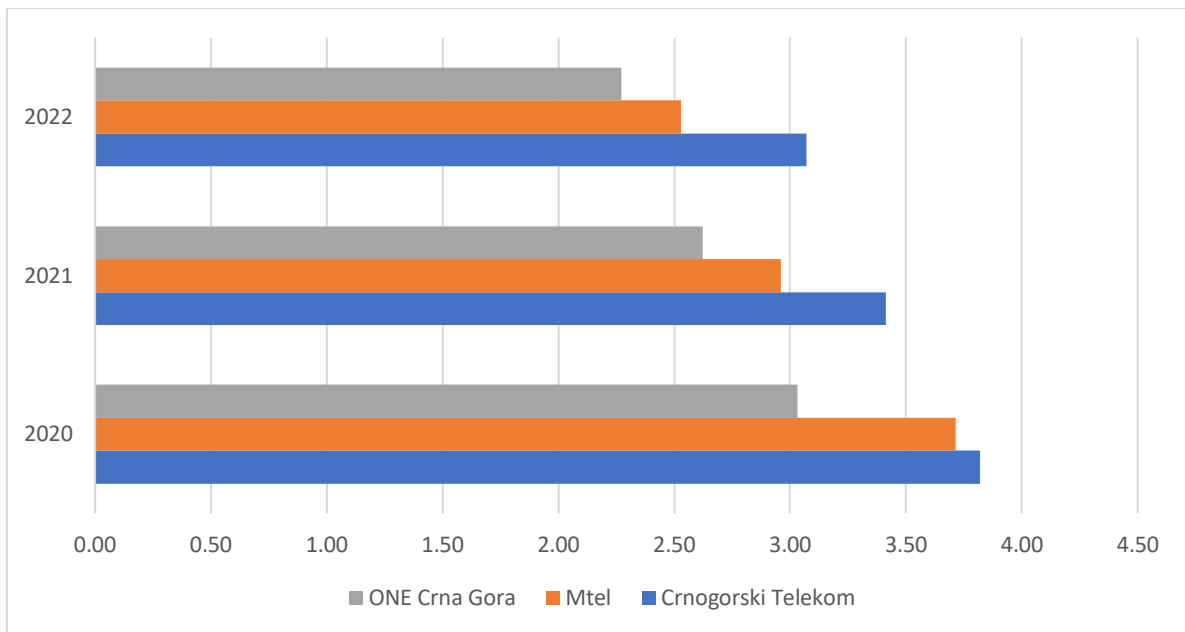
Grafik br.3: Tržišna učešća operatora prema ukupnom odlaznom saobraćaju u periodu 2020.-2022.godine

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

Smanjenje vrijednosti racia, tj. odnosa saobraćaja unutar mreže (on net) i saobraćaja van mreže (off net) tokom analiziranog perioda upućuju na činjenicu da je saobraćaj operatora manje podložan uticaju medjusobne konkurencije. Svaki od operatora teži ostvarivanju većeg obima saobraćaja van mreže koji generiše njegova pretplatnička baza, što im omogućava postizanje veće koristi od mrežnih eksternalija.

Na bazi 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 dinamizma u konkurentskim odnosima operatora na predmetnom relevantnom tržištu.

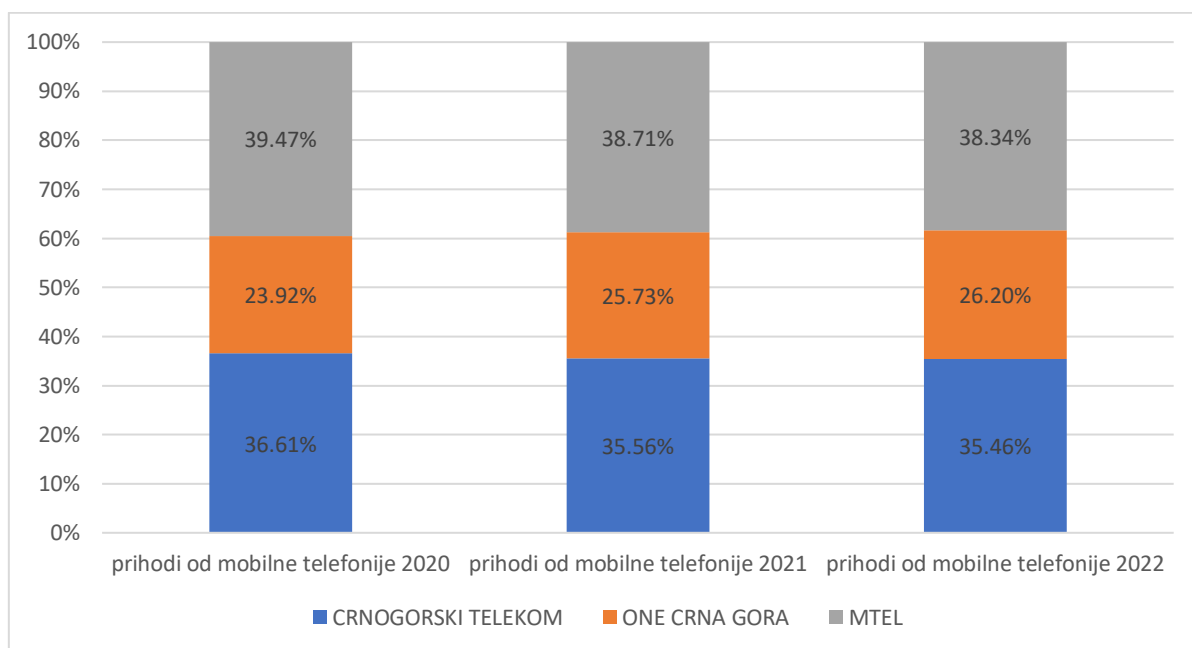
4.2.1.3 Tržišna učešća prema prihodima od mobilne telefonije

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 rast od 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

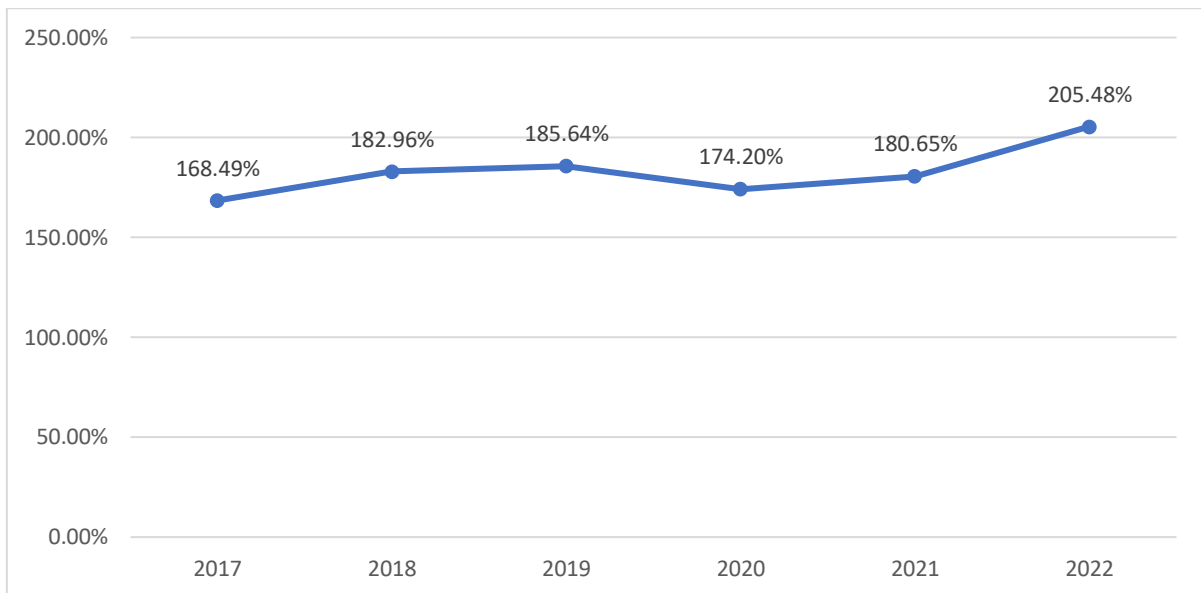
Što je veća simetrija tržišnih učešća među operatorima, veća je vjerovatnoća usklađivanja njihovih komercijalnih interesa. Operatori sa simetrijom u pogledu tržišnih učešća i strukture troškova imaju snažan podsticaj i potencijal da koordiniraju svoje prakse na tržištu.

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.

Prosječna stopa rasta 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%).

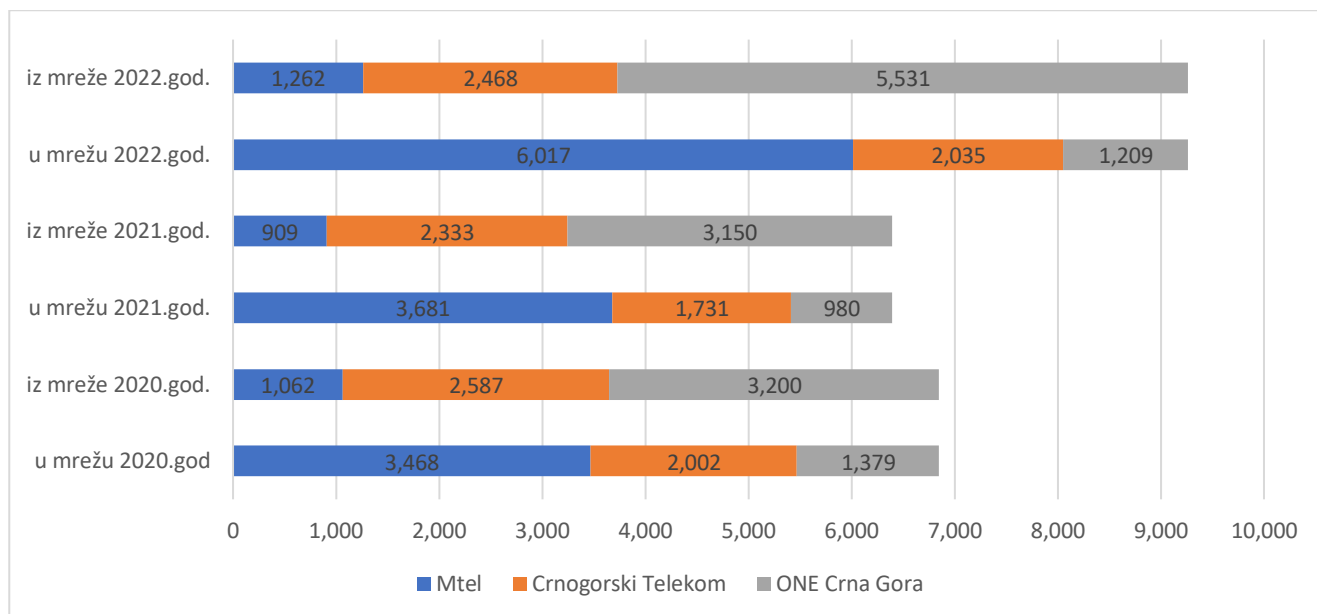
Da li će operatori koji posluju u visoko koncentrisanom sektoru imati ekonomske podsticaje da implicitno koordiniraju svoje prakse na tržištu zavisice od interakcije većeg broja faktora, medju kojima su najznačajniji relativna zrelost tržišta i zastupljenost usluge prenosivosti brojeva.

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 koordiniranog ponašanja, jer je manje prostora za uspješan ulazak na tržište od strane potencijalnog novog operatora i sticanje značajnijeg tržišnog učešća na predmetnom tržištu.

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.

Slijedi uporedni prikaz broja prenesenih brojeva u mobilne mreže i prenesenih brojeva iz mobinih 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.

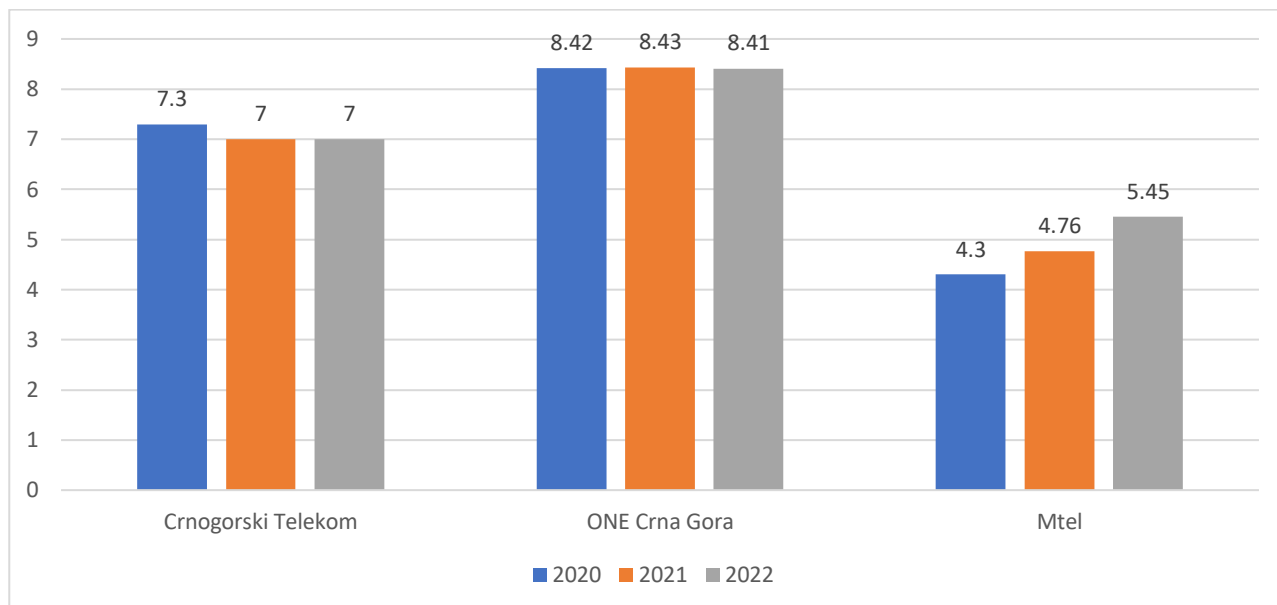
Na osnovu ovog podkriterijuma Agencija zaključuje da se za predmetno relevantno tržište ne može reći da teži teži efektivnoj konkurenciji.

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 karakteriše relativno stabilno kretanje cijena mobilnih usluga na maloprodajnom nivou. 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 prećutnoj 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 приходima. 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 nedostajao prostor za konkurenciju cijenama.

U analiziranom periodu (2020.-2022.godine) operatori nijesu primjenjivali povećanja cijena mjesečne pretplate i on net poziva. Međutim, već početkom 2023.godine dolazi 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 koriscima navedenih paketa, staviti na raspolaganje dodatnih 2GB).

Mtel je od 01.03.2023. godine korisnicima slijedećih 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 neki 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 usluge drugih operatora.

Dinamika cijena na maloprodajnom tržištu ukazuje 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 i potencijal 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. Stepem 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). 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 dodatnom vrednošću, kao što su usluge vezane za prenos 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 Telekom 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. Stepenn 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 kategorije tzv malih, srednjih i velikih korisnika 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 protoka interneta 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 marketinške strategije, što je potvrda potencijala da se dogovaraju i uključe u koordinirane antikonkurentne 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 Stepen 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 promovirati 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, promoviranje 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 145/2021) 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.

5. ANALIZA RELEVANTNOG TRŽIŠTA

Saglasno odredbama Zakona o elektronskim komunikacijama, poglavlje V koje se odnosi na zaštitu konkurencije u oblasti elektronskih komunikacija, postupak analize relevantnih tržišta se sprovodi u cilju ocjene stepena konkurentnosti na određenom relevantnom tržištu, odnosno procijene da li postoje operatori sa značajnom tržišnom snagom na određenom relevantnom tržištu.

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

U svrhu procjene značajne tržišne snage operatora, Agencija izračunava tržišno učešće na određenom relevantnom tržištu i tumači ga u skladu sa Smjernicama Evropske komisije o relevantnim tržištima.

Nakon utvrđivanja i određivanja relevantnog tržišta, Agencija će, u skladu sa Zakonom o elektronskim komunikacijama i prikupljenim podacima procijeniti da li postoji na konkretnom tržištu operator sa značajnom tržišnom snagom koja mu omogućava da se ponaša nezavisno od konkurencije, korisnika usluga i potrošača.

Zakon o elektronskim komunikacijama definiše da operator ima značajnu tržišnu snagu, ako samostalno ili zajedno sa drugim operatorima na određenom relevantnom tržištu ima ekonomski uticaj koji mu omogućava značajan stepen nezavisnosti u odnosu na njegove konkurente i korisnike. Istim članom Zakona je definisano da ako dva ili više operatora djeluju u tržišnoj strukturi za koju se procijeni da omogućava koordinirane aktivnosti, smatraće se kao operatori u kolektivnoj dominaciji u pogledu ekonomskog uticaja i u odsustvu strukturnih ili drugih veza među njima.

Prilikom procjenjivanja značajne tržišne snage dva ili više operatora na relevantnom tržištu koje je predmet analize, Agencija u skladu sa Zakonom o elektronskim komunikacijama primjenjuje neke od sljedećih kriterijuma:

1. nizak nivo elastičnost tražnje;
2. sličnost tržišnih udjela;
3. visoke pravne ili ekonomske barijere za ulazak na tržište;
4. vertikalnu integraciju uz udruženo odbijanje pružanja usluga;
5. nedostatak kompenzacione kupovne moći;
6. nedostatak potencijalne konkurencije.

Nakon utvrđivanja i određivanja relevantnog tržišta, koji su opisani u poglavlju 3 ovog dokumenta, Agencija sprovodi procjenu postojanja značajne tržišne snage dva ili više operatora, čije je nalaze tumačila u skladu sa Smjernicama Evropske komisije o relevantnim tržištima i relevantnom pravnom praksom Evropske unije iz oblasti tržišne konkurencije.

S obzirom da Zakon o elektronskim komunikacijama Crne Gore još uvijek nije usklađen sa odredbama Direktive Evropskog parlamenta EU 2018/1972 od 11.12. 2018. godine o Evropskom Zakonu o elektronskim komunikacijama, nijesu se stekli preduslovi ni za primjenu Smjernica Evropske komisije o analizi tržišta i ocjeni statusa značajne tržišne snage donesenih 2018. godine u skladu sa važećim evropskim regulatornim okvirom¹⁹. Imajući navedeno u vidu, Agencija se u postupku analize predmetnog relevantnog tržišta i ocjene značajne tržišne snage dva ili više operatora rukovodila Smjernicama Evropske komisije o analizi tržišta i ocjeni statusa značajne tržišne snage iz 2002.godine²⁰, kao i odgovarajućim primjerima sudske prakse Evropskog suda i Suda pravde Evropske unije.

U Smjernicama Evropske komisije o analizi tržišta i ocjeni statusa značajne tržišne snage iz 2002.godine u okviru Poglavlja 3.1.2. se razmatra koncept zajedničke značajne tržišne snage i okolnosti koje se procjenjuju prilikom utvrđivanja da li struktura određenih relevantnih tržišta pogoduje primjeni koordiniranih aktivnosti.

Kod ex-ante procjene prisustva okolnosti na tržištu koje je pogodne za zloupotrebu zajedničke značajne tržišne snage putem prećutnog dogovora (*eng.tacit collusion*), Recital 96 gore navedenih Smjernica precizira da regulatori treba da analiziraju:

1. da li karakteristike tržišta pogoduju postizanju prećutnog dogovora (*eng.tacit collusion*) i
2. da li je takav oblik koordinacije održiv, tj. da li neko od postojećih operatora ima mogućnost i podsticaj da odstupa od koordiniranih aktivnosti, kao i da li kupci/postojeći konkurenti/potencijalni konkurenti imaju mogućnost i podsticaj da osporavaju bilo koji antikonkurentski rezultat koordinacije.

Navedeno se dokazuje provjerom ispunjenosti kriterijuma kojim se dokazuje da li relevantno tržište zadovoljava niz karakteristika, kao što su:

1. zrelost tržišta;
2. nizak nivo elastičnosti tražnje;
3. sličnost tržišnih učesća;
4. sličnost troškovnih struktura;
5. homogenost proizvoda;
6. nedostatak tehničkih inovacija;
7. visoke barijere ulasku na tržište;
8. nedostatak kompenzacione kupovne moći;
9. ograničen prostor za cjenovnu konkurenciju;
10. nedostatak potencijalne konkurencije;
11. različite vrste neformalnih ili drugih dogovora između operatora.

Na kraju, u Smjernicama se izričito navodi da navedena lista kriterijuma ne mora biti konačna, kao i da dokazivanje ne pretpostavlja kumulativnu ispunjenost navedenih kriterijuma.

¹⁹ Commission guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the EU regulatory framework for electronic communications networks and services (2018/C 159/01)

²⁰ Commission guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the Community regulatory framework for electronic communications networks and services (2002/C 165/03)

5.1 Nizak nivo elastičnost tražnje

Nizak nivo elastičnosti tražnje ukazuje na to da korisnici imaju tendenciju da se opredijele za određenu uslugu bez obzira na promjenu cijene ili neke eksterne faktore. Razlozi mogu biti preferencije korisnika ili odsustvo adekvatne zamjene. Elastičnost tražnje može biti na niskom nivou iz različitih razloga, uključujući i mali značaj dotične usluge u ukupnom obimu potrošnje usluga od strane krajnjeg korisnika.

Veleprodajno tržište pristupa i originacije poziva ne postoji u komercijalnom smislu, već se po definiciji ovog tržišta sastoji isključivo od usluga samosnadbijevanja operatora (*eng. self supply*), tj. snadbijevanja veleprodajnim inputima sopstvenog maloprodajnog segmenta. Dakle, kako je ustanovljeno "zamišljeno" relevantno tržište za potrebe potencijalne tražnje, jasno je da ne postoji elastičnost tražnje za uslugama koje se pružaju interno, a ne među različitim operatorima. Do sada nijedan operator nije pružao usluge pristupa svojoj mobilnoj mreži niti usluge originacije poziva iz mobilne mreže, što je uslovalo relativno neelastičnu tražnju za uslugama, odnosno neosjetljivost na promjene u cijenama tih usluga.

Zbog nedostatka elastičnosti tražnje za uslugama ovog relevantnog tržišta stvoreni su uslovi za zajedničku koordinaciju operatora.

5.2 Sličnost tržišnih učešća

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

S obzirom da se Veleprodajno tržište pristupa i originacije poziva po definiciji ovog tržišta sastoji isključivo od usluga samosnadbijevanja operatora (*eng. self supply*), Agencija tržišna učešća na nivou veleprodaje određuje na osnovu tržišnih učešća na nivou maloprodaje.

U okviru ovog kriterijuma Agencija je analizirala tržišna učešća operatora prema broju korisnika, ostvarenom saobraćaju i prihodima.

Naziv operatora	2020.god	2021.god	2022.god
Crnogorski Telekom	33.56%	33.74%	35.23%
Mtel	34.89%	34.32%	35.64%
ONE Crna Gora	31.55%	31.94%	29.13%

Tabela broj 4: Pregled tržišnog učešća prema broju korisnika (postpaid i prepaid)

Naziv operatora	2020.god	2021.god	2022.god
Crnogorski Telekom	37.58%	39.25%	37.39%
Mtel	29.05%	28.18%	27.85%
ONE Crna Gora	33.37%	32.57%	34.76%

Tabela broj 5: Pregled tržišnog učešća prema broju data korisnika (2G/3G/4G/5G)

Na osnovu podataka u tabelama broj 4 i broj 5 zaključuje se o visokom stepenu stabilnosti tržišnih učešća mobilnih operatora prema broju korisnika u analiziranom periodu. Takođe, posmatrano na nivou godine, uočava se da su tržišna učešća operatora simetrična, odnosno da međusobno konvergiraju.

Naziv operatora	2020.god	2021.god	2022.god
Crnogorski Telekom	34.82%	33.91%	32.96%
Mtel	27.84%	28.79%	29.97%
ONE Crna Gora	37.34%	37.30%	37.07%

Tabela broj 6: Pregled tržišnog učešća prema ostvarenom saobraćaju u minutima

Simetrija tržišnih učešća mobilnih operatora je prisutna posmatrano i prema ukupno ostvarenom odlaznom saobraćaju, kao i prema ukupnim prihodima od usluga mobilne telefonije.

Naziv operatora	2020.god	2021.god	2022.god
Crnogorski Telekom	36.61%	35.56%	35.46%
Mtel	39.47%	38.71%	38.34%
ONE Crna Gora	23.92%	25.73%	26.20%

Tabela broj 7: Pregled tržišnog učešća prema prihodima od usluga mobilne telefonije

Ovi podaci o relativnom učešću mobilnih operatora i njihova stabilnost u analiziranom periodu, kada se procijene u širem kontekstu ostalih pokazatelja prisustva više operatora sa značajnom tržišnom snagom, predstavljaju pokazatelj odsustva dinamike u konkurentskim odnosima na predmetnom tržištu.

Nadalje, Agencija je sprovedla i analizu stepena koncentracije tržišta. Opšte prihvaćena mjera tržišne koncentracije je Herfindal –Hiršmanov indeks (HHI). HHI predstavlja zbir kvadrata učešća operatora na relevantnom tržištu. Ovaj indeks uzima u obzir relativnu veličinu i raspodjelu učešća operatora na tržištu i teži 0 kada na tržištu postoji veliki broj subjekata slične veličine. Teoretski gledano, HHI može imati vrijednost između 0 (savršena konkurencija) do 10000 (monopol). Na tržištima na kojima je HHI između 1000 i 1800 smatra se da je tržište umjereno koncentrisano, a tržišta kod kojih je ovaj indeks viši od 1800 smatra se da je tržište visoko koncentrisano.

Na bazi podataka o tržišnim učesćima operatora prema broju korisnika izračunate su HHI vrijednosti:

Naziv operatora	2020.god	2021.god	2022.god
Crnogorski Telekom	33.56%	33.74%	35.23%
Mtel	34.89%	34.32%	35.64%
ONE Crna Gora	31.55%	31.94%	29.13%
HHI	3405	3336	3362

Tabela broj 8: Vrijednosti HHI indeksa na osnovu tržišnih učesća prema broju korisnika

Podaci o vrijednosti Herfindal –Hiršmanov indeksa potvrđuju da je ovo tržište visoko koncentrisano tokom čitavog analiziranog perioda.

Agencija smatra da visoka koncentracija podstiče koordiniranu praksu sva tri operatora. Osim toga, zbog ovakve raspodjele na tržištu, u smislu simetrije tržišnih učesća i održivosti ove situacije u dužem roku, svi operatori bi vjerovatno imali jednake koristi od angažovanja u koordiniranim praksama. U nedostatku potencijalne konkurencije, ovaj podsticaj za održavanje simetrične pozicije na tržištu je dodatno ojačan.

Shodno gore navedenom, Agencija je zaključila da je struktura tržišta, koja se ogleda u idealnoj simetriji tržišnih učesća, bila pogodna za prećutnu koordinaciju u analiziranom periodu.

5.3 Homogenost proizvoda/usluga

Proizvodi ili usluge koje nude operatori trebaju biti dovoljno homogeni kako bi bila olakšana primjena koordiniranih aktivnosti operatora. Naime, što su proizvodi sličniji, ili što ih kupci sličnije percipiraju, to je veći potencijal cjenovne kontrole između operatora i lakša je primjena koordiniranih aktivnosti. Dakle, oba aspekta mogu uvećati podsticaj za međusobnim dogovaranjem. Na tržištima veoma diferenciranih usluga, s druge strane, konkurencija se ne fokusira samo na cijenu, već se odvija u više dimenzija, a koordinirana praksa koja bi bila u interesu svih operatora se može teže usaglasiti.

Svi operatori nude isti set usluga u sličnim kombinacijama u okviru pre-paid i post-paid paketa. Na primjer, nude veoma slične postpaid pakete za kategorije tzv. malih, srednjih i velikih korisnika 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 protoka interneta 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.

Da bi operatori mogli da sprovedu prećutnu koordinaciju (*eng. tacit collusion*) tokom vremena, pored visokog stepena sličnosti usluga/paketa usluga neophodan uslov je i visok stepen transparentnosti uslova po kojima se iste nude, kako bi svaki od operatora bio u stanju da prati i kontroliše politike

i ponašanje drugih operatora u pogledu ponuđenog spektra usluga i cijena. U tim okolnostima manja je vjerojatnoća da će jedan od operatora odstupiti od bilo kakve precutno dogovorene prakse, jer bi se takva odstupanja lako mogla identifikovati.

Na osnovu navedenog, Agencija zaključuje da visok stepen sličnosti usluga/paketa usluga nije indikator efikasne konkurencije i da doprinosi lakšem usaglašavanju i koordiniranoj cjenovnoj politici.

5.4 Barijere za ulazak na tržište

Ovo tržište karakterišu značajne barijere za ulazak. Infrastruktura koja se ne može lako replicirati podiže prepreke ulasku potencijalnih operatora na ovo relevantno tržište, odnosno, ako mobilni operator ima na raspolaganju infrastrukturu koju nije lako replicirati i sama ta infrastruktura predstavlja važan preduslov 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.

Takođe, značajne barijere za ulazak na predmetno tržište su značajan trošak izgradnje mreže sa nacionalnim pokrivanjem, kao i ograničenja i uslovi vezani za upotrebu radio-frekvencijskog spektra.

Sa stanovišta pristupne mreže, investiranje u njenu izgradnju i stavljanje u funkciju pretpostavljaju značajna kapitalna ulaganja, koja su uslovljena detaljno razrađenim biznis planovima i definisanjem razumnog vremenskog roka za povraćaj uložениh sredstava. Ulazak na tržište zahtijeva od novih operatora značajna ulaganja i to većinom u obliku nenadoknadivih troškova (*eng. sunk cost*), koje operatori u slučaju neuspjeha i izlaska sa tržišta neće moći nadoknaditi. Pored toga, potencijalni operator bi morao da se takmiči na zreлом tržištu, što bi mu veoma otežalo da privuče korisnike od postojećih operatora. U slučaju ulaska mobilnog virtuelnog operatora ove barijere su manje iz razloga što ne bi imao potrebu da razvija sopstvenu mrežu. Agencija smatra da je malo vjerovatno očekivati da postojeći operatori ponude usluge pristupa svojim mrežama po fer i razumnim uslovima potencijalnim operatorima ukoliko to ne bude predmet regulacije u smislu propisane regulatorne obaveze pristupa mreži i obaveze troškovnog računovodstva.

Oslanjanje mobilnog sektora na ograničenost radiofrekvencijskog spektra stvara prepreku ulasku novih operatora na tržište. 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.

Agencija smatra da postoje značajne prepreke za uvođenje novog mrežnog mobilnog operatora na tržištu (MNO) do te mjere da se održiva konkurencija može očekivati jedino uvođenjem mobilnih virtuelnih operatora (MVNO).

5.5 Nedostatak kompenzacione kupovne moći

Kompenzaciona kupovna moć postoji tamo gdje "veliki korisnici" imaju mogućnost da pribjegu alternativama (npr. da ne kupuju uslugu ili da se opredijele za usluge konkurentnog operatora) ako operator odluči da poveća cijene ili da pogorša uslove pružanja usluga.

Agencija smatra da na povezanom maloprodajnom tržištu "veliki korisnici" mogu imati kompenzacionu kupovnu moć. Određeni nivo kompenzacione moći se ogleda u činjenici da mobilni operatori ne objavljuju cijene usluga za "velike korisnike", jer se za te korisnike uslovi pružanja usluga dogovaraju od slučaja do slučaja, tj. zavisno od uslova javne nabavke. Kako god, Agencija nema dokaza da bilo koja kategorija "velikih korisnika" ima značajnu kupovnu moć kojom bi ograničila koordinirano ponašanje operatora na tržištu.

Ukoliko bi potencijalni operatori koji zahtijevaju usluge originacije mobilnih poziva i pristupa na veleprodajnom nivou imali određeni stepen kompenzacione kupovne moći, mobilnim operatorima bi moglo biti teže da održe bilo kakav koordiniran pristup. Naprotiv, veća vjerovatnoća prisustva više operatora sa značajnom tržišnom snagom se može očekivati na koncentrisanom tržištu kada je velika disperzija na strani tražnje. Do danas, na tržištu mobilne telefonije ne postoji konkurencija zasnovana na veleprodajnim uslugama, a samim tim ne postoje ni veleprodajni kupci koji bi mogli da agregiraju tražnju korisnika sa maloprodajnog nivoa.

Ukoliko se ustanovi da operatori ne pružaju usluge drugim operatorima sa jakom pregovaračkom pozicijom, konstatuje se odsustvo ili postojanje niske kompenzacione kupovne moći i potvrđuje pozicija značajne tržišne snage na relevantnom tržištu.

5.6 Ograničen prostor za cjenovnu konkurenciju

Tržište mobilne telefonije u periodu na koji se odnosi analiza ovog tržišta karakteriše relativno stabilno kretanje cijena 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 dogovorima (*eng. tacit collusion*) postojećih operatora mobilnih mreža. Simetrična pozicija postojećih operatora, kao i odsustvo alternativnih konkurenata, doprinosi snažnim podsticajima za koordiniranim aktivnostima i praksama, naročito u pogledu cjenovnih i marketinških politika. Naime, operatorima je isplativije pribjegavati zajedničkoj prećutno dogovorenoj cjenovnoj politici, jer svako potencijalno smanjenje cijene od strane jednog operatora, u cilju sticanja većeg tržišnog učešća i profita, bilo bi ubrzo identifikovano i suprotstavljeno aktivnostima od strane drugih operatora putem mehanizama tzv. odmazde (*eng. retaliation mechanism*). Takođe, odstupanje od koordinirane cjenovne politike ne bi bilo isplativo ni za jednog pojedinačnog operatora dugoročno posmatrano, jer bi rezultiralo nižom opštom cijenom usluga mobilne telefonije i manjim prihodima. Shodno tome, operatorima je racionalnije i isplativije da koordiniraju svoje aktivnosti i održavaju stabilnom strukturu tržišta i cijena.

U analiziranom periodu (2020.-2022.godine) operatori nijesu primjenjivali povećanja cijena mjesečne pretplate i on net poziva.

Međutim, već početkom 2023.godine dolazi 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 usluge 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 rapolanje dodatnih 2GB).

Mtel je od 01.03.2023. godine korisnicima slijedećih 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 početkom 2023.godine ukazuje na činjenicu da ne osjećaju konkurentski pritisak od drugih mobilnih operatera, niti bojazan da će se korisnici, kao rezultat povećanja cijena, preorijentisati na tarifne pakete i usluge drugih operatera.

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

5.7 Nedostatak potencijalne konkurencije

Potencijalna konkurencija se odnosi na izgled drugih operatera, bilo novih mrežnih mobilnih operatera (MNO) ili mobilnih virtuelnih operatera (MVNO), da uđu na tržište u kratkom vremenskom periodu i takmiče se sa etabliranim mrežnim operatorima. Činjenica je da nije postojala zainteresovanost za ulazak četvrtog mrežnog operatera, uslovljena i ograničenom mogućnošću upotrebe radiofrekvencijskog spektra. S obzirom da postojeća tri operatera već posjeduju sopstvenu mrežu koja pokriva skoro cijelu Crnu Goru, novi operator bi mogao biti jedino mobilni virtuelni operator koji bi koristio mrežu postojećih operatera za pružanje usluga svojim krajnjim korisnicima.

Pojava mobilnih virtuelnih operatora bi mogla podstaći efektivnu konkurenciju na ovom tržištu, jer bi uticala na postojeće mobilne operatore da odgovore kreiranjem povoljnijih uslova i usluga svojim korisnicima, kako bi konsolidovali svoju korisničku bazu i parirali ponudi novog operatora.

Agencija smatra da je malo vjerovatno da bi postojeći mobilni operatori omogućili pristup svojim mrežama po fer i razumnim uslovima potencijalnim operatorima, ukoliko to ne bude predmet regulacije u smislu propisane regulatorne obaveze obezbjeđenja pristupa i primjene regulisane cijene usluge originacije poziva iz mobilnih mreža.

5.8 Različite vrste neformalnih ili drugih dogovora između operatora

U Smjernicama Evropske komisije o analizi tržišta i ocjeni statusa značajne tržišne snage iz 2002.godine u okviru Poglavlja 3.1.2.2. se razmatra koncept zajedničke značajne tržišne snage i okolnosti koje se procjenjuju prilikom utvrđivanja da li je relevantno tržište pogodno za zloupotrebu zajedničke značajne tržišne snage u obliku prećutnog dogovora (*eng.tacit collusion*).

Prećutni dogovor (*eng.tacit collusion*) je prisutan kada operatori imaju zajedničke stavove u pogledu primjene određenih strategija a koje obično rezultiraju nivoom cijena koji je iznad nivoa na efektivno konkurentnom tržištu. Dogovor je eksplicitan kada operatori komuniciraju o svojim strategijama (npr, razmjenom osjetljivih informacija). Dogovor, međutim, može biti implicitan koji ukazuje na postojanje zajedničkog razumijevanja, i u odsustvu eksplicitnih dogovora, u okolnostima kada je struktura tržišta takva da dovodi do usvajanja strategija koje su u interesu svih strana u dosluhu.

Dakle, postoje tri glavna uslova za postizanje prećutnog dogovora (*eng.tacit collusion*):

- 1) mogućnost i podsticaji da se ostvari antikonkurentski rezultat koordinacije, tj. fokalna tačka koordinacije (*eng.focal point*);
- 2) mogućnost i podsticaji da se održi antikonkurentski rezultat koordinacije koji podrazumijeva mogućnost otkrivanja i kažnjavanja za svako odstupanje od fokalne tačke koordinacije (*eng.focal point*) i
- 3) odsustvo stvarnih ili potencijalnih tržišnih ograničenja koja destabilizuju antikonkurentski rezultat koordinacije.

U pomenutim Smjernicama Evropske komisije se decidno navodi: "U situaciji relativno malog broja operatora (oligopolista) gdje svaki član postaje svjestan zajedničkih interesa, smatrajući ih ekonomski racionalnim, te stoga i poželjnim, primjenjuje na dugoročnoj osnovi zajednički prihvatljivu politiku koja ima za cilj da se nude usluge po cijenama koje su iznad cijena koje bi važile na konkurentskom tržištu. Da bi se primijenila koordinirana praksa ili aktivnosti tzv.dosluha nema potrebe za postizanjem međusobnog formalnog dogovora među operatorima".

Prvi uslov koji ukazuje na postojanje zajedničkog razumijevanja oko fokalne tačke koordinacije su potencijalne aktivnosti na uskraćivanju ili odbijanju pristupa svojim mrežama. U evropskoj sudskoj praksi odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa se ne odnosi samo na situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom u potpunosti odbija pružiti/ponuditi veleprodajnu uslugu, nego i na situaciju u kojoj je operator spreman ponuditi uslugu, ali pod nerazumnim/neopravdanim uslovima.

Uskraćivanje pristupa mreži je suštinski problem na relevantnom tržištu pristupa i originacije poziva iz mobilnih mreža, zbog čega i predstavlja fokalnu tačku koordinacije postojećih operatora na tržištu. Uskraćivanje pristupa može biti i indirektno određivanjem uslova koji ograničavaju mogućnost operatora-korisnika pristupa da se takmiči na maloprodajnom nivou pod jednakim okolnostima. Konkretno, operatori mogu, na primjer, prećutno dogovoriti da ne dozvole pristup određenim uslugama, novoj tehnologiji itd. Takođe, mogu prećutno dogovoriti nametanje potencijalnim konkurentima raznih oblika neopravdanih instrumenata osiguranja plaćanja, u pogledu uslova i iznosa, ili neopravdano podsticati korišćenje skupljih tehnologija za pružanje usluge i to samo iz razloga povećanja troškova potencijalnih konkurenata.

Generalno posmatrano, mrežni operatori imaju komercijalni interes da ponude drugim operatorima slobodne ili raspoložive kapacitete na mreži. Ovo bi, izolovano posmatrano, govorilo u prilog konkurentskim marketinškim aktivnostima privlačenja operatora, korisnika pristupa, koji bi potencijalno mogli da ostvare značajan saobraćaj preko mreže nekog od postojećih operatora. Međutim, postojeći operatori imaju karakteristike vertikalno integrisanih operatora koji, takođe, nude usluge na maloprodajnom tržištu i imaju snažan interes da drugim operatorima ne obezbijede pristup na veleprodajnom nivou, jer bi time oslabili sopstvenu tržišnu poziciju na maloprodajnom nivou. Dakle, strategija postojećih mobilnih operatora je usmjerena više na aktivnosti zaštite pozicije na maloprodajnom tržištu, nego na ostvarivanju prihoda po osnovu pružanja usluga pristupa svojoj mreži na veleprodajnom nivou. Veza između maloprodajnog i veleprodajnog nivoa je, stoga, od ključnog značaja, jer ulazak na tržište novog mobilnog virtuelnog operatora bi mogao stvoriti konkurentski pritisak i na nivou maloprodaje i na nivou veleprodaje.

Kako postojeći mobilni operatori u Crnoj Gori imaju suštinski identičan ekonomski uticaj u odnosu na konkurente i imaju relativno simetrična tržišna učešća, samim tim imaju i jasan motiv da primjenjuju koordinirane aktivnosti na predmetnom tržištu odbijanjem usluge pristupa svojim mrežama potencijalnim operatorima koji zavise od njihove infrastrukture.

Drugi uslov koji je Agencija sagledala kod razmatranja primjene prećutnih dogovora je mogućnost i podsticaj operatora da se održi antikonkurentski rezultat koordinacije a koji podrazumijeva mogućnost otkrivanja i kažnjavanja nekog od operatora za svako odstupanje od fokalne tačke koordinacije (*eng.focal point*). Preduslov za navedeno je poštovanje principa transparentnosti od strane svih operatora na predmetnom tržištu. U tom smislu, Agencija se poziva na navode iz Odeljka 67 Smjernica Evropske komisije: "svaki član-operator koji sa drugim operatorima uživa status zajedničke značajne tržišne snage (oligopola) mora biti informisan, u cilju praćenja i kontrole, kako se ostali članovi ponašaju i da li primjenjuju zajedničku koordiniranu politiku. Nije dovoljno da svaki član bude svjestan da je međuzavisno ponašanje na tržištu profitabilno za sve njih, već svaki član mora imati i način da provjeri da li i drugi operatori primjenjuju istu strategiju. Stoga mora postojati dovoljan nivo transparentnosti tržišta kako bi svi članovi bili svjesni načina na koji se tržišno ponašanje ostalih članova odvija".

Poštovanje principa transparentnosti Agencija procjenjuje ne samo u kontekstu transparentnosti za krajnje korisnike (objava važećih cjenovnika i ponuda paketa usluga), već i u kontekstu transparentnosti za veleprodajne kupce (referentne ponude operatora). Kako postojeći mobilni operatori u Crnoj Gori poštuju princip transparentnosti i na veleprodajnom nivou, kao jednu od

ranijim analizama nametnih regulatornih obaveza, oni potencijalno mogu da učestvuju u prećutnom dogovoru (*eng. tacit collusion*) kao i da nadgledaju međusobno ponašanje u pogledu koordiniranih uslova. Ako operatori prećutno koordiniraju svoje politike u vezi sa uskraćivanjem pristupa svojim mrežama, bilo bi relativno jednostavno za svakog od njih da prati odstupanje ili kršenje prećutnog dogovora.

Agencija smatra da Veleprodajno tržište pristupa i originacije poziva iz mobilnih mreža karakteriše visok stepen transparentnosti. Mogućnost da se detektuje potencijalno odstupanje od koordinirane prakse i prećutnog dogovora je dodatno ojačana visokim stepenom transparentnosti na povezanom maloprodajnom tržištu kao i na Veleprodajnom tržištu terminacije poziva u mobilnim mrežama.

Na kraju, svaki prećutni dogovor (*eng. tacit collusion*) mora biti održiv tokom vremena, tj. mora postojati podsticaj da se ne odstupi od zajednički koordiniranih aktivnosti na tržištu. Bilo kakvo odstupanje od prećutnog dogovora od strane jednog operatora izazvalo bi trenutnu reakciju drugih operatora primjenom nekog od mehanizama odmazde (*eng. retaliation mechanism*). Konkretno, odstupanje od prećutnog dogovora svih mobilnih operatora u pogledu fokalne tačke koordinacije bi ulaskom novog igrača, po neusaglašenim uslovima, promijenilo dinamiku na tržištu i dovelo do fluktuacije u tržišnim učesćima postojećih operatora.

5.9 Zaključak o procjeni postojanja više operatora sa značajnom tržišnom snagom

Na osnovu ove analize Agencija ocjenjuje da je struktura Veleprodajnog tržišta pristupa i originacije poziva iz mobilnih mreža u analiziranom periodu bila pogodna za primjenu antikonkurentskih aktivnosti zloupotrebe značajne tržišne snage mobilnih operatora u obliku prećutnog dogovora (*eng. tacit collusion*), kao i da na relevantnom tržištu postoje mogućnosti i podsticaji za primjenu koordiniranih aktivnosti oko fokalne tačke koordinacije, a to su aktivnosti na uskraćivanju ili odbijanju pristupa svakoj od mreža postojećih mobilnih operatora, a po iskazanom interesu potencijalnog mobilnog virtuelnog operatora. Stoga, Agencija zaključuje da na ovom relevantnom tržištu operatori ONE Crna Gora doo Podgorica, Crnogorski Telekom AD Podgorica i Mtel doo Podgorica imaju značajnu tržišnu snagu.

Postojanje značajne tržišne snage sva tri mobilna operatora Agencija je utvrdila na osnovu sličnih tržišnih učesća operatora u posmatranom periodu, kao i analizom kriterijuma iz člana 68 Zakona o elektronskim komunikacijama, kao što su: niska elastičnost tražnje, stepen vertikalne integracije, nedostatak kompenzacione kupovne moći, nedostatak potencijalne konkurencije.

Agencija je dodatno razmatrala i kriterijume iz Smjernica Evropske komisije o analizi tržišta i ocjeni statusa značajne tržišne snage dva ili više operatora, i to: stepen homogenosti proizvoda, visoke barijere ulasku na tržište, ograničen prostor za cjenovnu konkurenciju i različite vrste neformalnih ili drugih dogovora između operatora.

Na osnovu svega navedenog, Agencija zaključuje da rezultati analize po ostalim kriterijumima u procjenjivanju da li dva ili više operatora imaju značajnu tržišnu snagu na relevantnom tržištu nemaju značaj, tj. ne bi mogli dati drugi rezultat o statusu značajne tržišne snage i ne mogu uticati na donijeti zaključak.

6. PREPREKE U RAZVOJU TRŽIŠNE KONKURENCIJE

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

Prepreke razvoju tržišne konkurencije mogu proizaći iz sposobnosti ili namjere operatora da na tržištu iskoristi svoje visoko tržišno učešće. U skladu sa definicijom tržišta i na osnovu procjene efikasnosti tržišne konkurencije te određivanja operatora sa značajnom tržišnom snagom, uzimajući u obzir kriterijume kojima se dokazalo postojanje značajne tržišne snage, Agencija smatra kako su, u odsustvu regulacije, na veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža moguće prepreke razvoju tržišne konkurencije koje se odnose na vertikalno prenošenje značajne tržišne snage.

Shodno dokumentu ERG (06) 33, evropska regulatorna praksa prepoznaje 27 uobičajenih prepreka razvoju tržišne konkurencije, zasnovanih na iskustvima regulatornih tijela a pokazuju stvarne situacije u sektoru elektronskih komunikacija, pri čemu regulatorna tijela imaju slobodu da prepoznaju moguće prepreke specifične za određenu državu ili određeno tržište, a koje su van tog okvira. Ovih 27 uobičajenih prepreka imaju svoju tržišnu i uzročno posljedičnu dimenziju, a ogledaju se kroz:

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

Prepoznavanje mogućih prepreka razvoju konkurencije je bitno zbog mogućnosti preventivnog djelovanja na svako postupanje koje nije u skladu sa podsticanjem razvoja efikasne konkurencije i interesima krajnjih korisnika. Preventivno djelovanje se realizuje izborom adekvatnih regulatornih obaveza, koje će najbolje riješiti prepoznate prepreke razvoju konkurencije na relevantnom tržištu.

Agencija smatra da postoje dvije vrste prepreka razvoju tržišne konkurencije: prepreke razvoju tržišne konkurencije koje su se već dogodile u praksi na tržištima definisanim Zakonom o elektronskim komunikacijama i prepreke razvoju tržišne konkurencije koje bi se, na relevantnom tržištu obrađenom ovim dokumentom, u odsustvu regulacije, mogle dogoditi, odnosno prepreke koje bi se mogle pojaviti u slučaju da Agencija ne reguliše tržište na kojem postoje operatori sa značajnom tržišnom snagom.

Prilikom određivanja regulatornih obaveza, a u skladu s dokumentom ERG-a (06) , Agencija nije pravila razliku između gore navedenih prepreka te je u skladu s time i određivala regulatorne obaveze. Drugim riječima, za određivanje regulatornih obaveza nije bitno je li se određena prepreka dogodila u praksi ili je Agencija predvidjela mogućnost pojavljivanja određene prepreke u budućnosti.

6.1 Tržišna dimenzija prepreka razvoju konkurencije

U regulatornoj praksi su kao prepreka razvoju konkurencije, kada je u pitanju tržišna dimenzija, poznata četiri različita slučaja, u zavisnosti od nivoa na kojem se dešavaju, i to:

1. Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage;
2. Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage;
3. Značajna tržišna snaga na pojedinom/jednom tržištu;
4. Završavanje (terminacija) poziva.

6.1.1 Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage

Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage odnosi se na situaciju kada operator pruža usluge na veleprodajnom tržištu i na vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu²¹, pri čemu operator ima značajnu tržišnu snagu na veleprodajnom tržištu. Operator sa značajnom tržišnom snagom na određenom veleprodajnom tržištu nudi određene veleprodajne usluge, koje su neophodne za pružanje usluge na srodnom vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu. Ukoliko se radi o operatoru koji ima značajnu tržišnu snagu, on može pokušati da tu tržišnu snagu prebaci sa veleprodajnog na potencijalno konkurentno maloprodajno tržište. Ukoliko prenošenje tržišne snage uspije, operator će tada imati značajnu tržišnu snagu i na veleprodajnom i na maloprodajnom tržištu.

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

- Odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa;
- Diskriminatorno korišćenje informacija ili uskraćivanje informacija;
- Taktike odlaganja;
- Integralni/kombinovani paketi usluga;
- Nerazumni/neopravdani zahtjevi;
- Diskriminacija kvalitetom usluga;
- Strateški dizajn proizvoda;
- Neopravdano korišćenje informacija o konkurentima;
- Diskriminacija na cjenovnoj osnovi;
- Unakrsno subvencioniranje;
- Predatorske cijene.

6.1.2 Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage

Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage odnosi se na situaciju kada operator posluje na različitim tržištima koja nijesu vertikalno povezana i ima status značajne tržišne snage na jednom od njih. Pod određenim okolnostima, operator može pokušati da prenese tržišnu snagu s jednog tržišta, na kojem ima značajnu tržišnu snagu, na drugo, potencijalno konkurentno tržište. Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage može se realizovati između dva maloprodajna

²¹ Ista konstatacija važi za bilo koja dva vertikalno povezana tržišta, tj. može da se primijeni i na dva srodna vertikalno povezana veleprodajna tržišta

tržišta, dva veleprodajna tržišta ili između maloprodajnog i veleprodajnog tržišta, koji nisu vertikalno povezani.

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

- Integralni/kombinovani paketi usluga;
- Unakrsno subvencioniranje.

6.1.3 Značajna tržišna snaga na pojedinom/jednom tržištu

Značajna tržišna snaga na pojedinom/jednom tržištu može dovesti do problema u funkcionisanju konkurencije, a može se pojaviti kako na veleprodajnom, tako i na maloprodajnom tržištu, pri čemu operator sa značajnom tržišnom snagom može tipičnim monopolskim ponašanjem i raznim postupcima pojačati prepreke ulasku na navedeno tržište u cilju obezbjeđivanja pozicije i značajne tržišne snage.

Regulatorna praksa u zemljama Evropske unije prepoznaje deset tipičnih postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom na pojedinom tržištu:

- Strateški dizajn proizvoda;
- Ugovorni uslovi koji uvećavaju troškove prelaska korisnika;
- Ekskluzivni dogovor(i);
- Prekomjerna ulaganja;
- Predatorske cijene;
- Previsoke cijene;
- Diskriminacija na cjenovnoj osnovi;
- Nedovoljna ulaganja;
- Previsoki troškovi/neefikasnost;
- Nizak kvalitet usluge.

6.1.4 Završavanje (terminacija) poziva

Završavanje (terminacija) poziva odnosi se na situaciju dvostranog pristupa (tzv. *two-way access*), pri kome treba izvršiti povezivanje dvije ili više mreža, kako bi krajnji korisnici različitih mreža imali mogućnost ostvarivanja međusobne komunikacije. U cilju međusobnog povezivanja operatori pojedinih mreža međusobno dogovoraju uslove interkonekcije na nivou veleprodaje, pa nakon toga formiraju cijene na maloprodajnom nivou, na kome ove mreže mogu ali i ne moraju biti konkurenti. Iako se problemi opisani u ovom slučaju mogu podvesti pod probleme koji su definisani u prethodna tri slučaja, zbog specifičnosti i značaja terminacije poziva, ovaj slučaj je naveden kao poseban.

Regulatorna praksa u zemljama Evropske unije prepoznaje četiri tipična postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom:

- Prećutni sporazum(i);
- Previsoke cijene;

- Diskriminacija na cjenovnoj osnovi;
- Odbijanje dogovora/uskraćivanje povezivanja mreža (interkonekcije).

6.2 Uzročno posljedična dimenzija prepreka razvoju konkurencije

Druga dimenzija koju bi trebalo razmotriti kod postupanja operatora, odnosno mogućih prepreka razvoju konkurencije, je uzročno posljedična dimenzija prepreka razvoju konkurencije. Naime, svaka prepreka razvoju konkurencije odnosno svako ponašanje operatora sa značajnom tržišnom snagom, ima uvijek određeni cilj, tj. svako postupanje je uzrok koji dovodi do određene posljedice na tržištu, što utiče na postojeće ili potencijalne konkurente i krajnje korisnike. Uzročno posljedična dimenzija prepreka razvoju tržišne konkurencije je drugi način sagledavanja problema prepreka razvoju konkurencije, ali pomaže pri dinamičkom, vremenskom sagledavanju određenih prepreka razvoju konkurencije, odnosno, postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Regulatorna praksa prepoznaje uzročno posljedičnu dimenziju prepreka razvoju konkurencije kroz elemente:

- **Strateške promjenljive:** cijena, kvalitet, vrijeme, informacije itd.
- **Postupanje:** cjenovna diskriminacija, diskriminacija kvalitetom, taktike odlaganja, sakrivanje/uskraćivanje informacija.
- **Posljedice:** povećanje troškova direktnih konkurenata, smajivanje prodaje direktnih konkurenata, istiskivanje cijene, sprečavanje ulaska/izlaska s tržišta (*eng. foreclosure*).

6.3 Prepreke razvoju efikasne konkurencije na veleprodajnom tržištu poziva koji potiču (originiraju) iz javnih mobilnih telefonskih mreža

U ovom poglavlju Agencija je analizirala i detaljno obrazložila moguće prepreke razvoju konkurencije koje se u odsustvu regulacije, a u vremenskom periodu na koji se odnosi analiza, mogu pojaviti na relevantnom veleprodajnom tržištu poziva koji potiču (originiraju) iz javne mobilne telefonske mreže. Prepreke razvoju konkurencije proizilaze iz sposobnosti ili namjere operatora da na tržištu iskoristi svoje veliko tržišno učešće odnosno dominantan položaj.

Operator sa značajnom tržišnom snagom ima potencijalnu mogućnost da utiče na širok raspon parametara konkurentnosti, uključujući cijene, inovativnost, kvalitet usluge. Pored toga, operator sa značajnom tržišnom snagom može, putem veleprodajne usluge, pokušati izvršiti prenošenje tržišne snage sa tržišta na kojem ima status značajne tržišne snage na potencijalno konkurentno maloprodajno tržište.

Agencija je aktuelne i potencijalne forme vertikalnog prenošenja značajne tržišne snage podijelila u sljedeće tri kategorije:

- Odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa;
- Prenošnje značajne tržišne snage na necjenovnoj osnovi i
- Prenošnje značajne tržišne snage na cjenovnoj osnovi.

6.3.1 Odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa

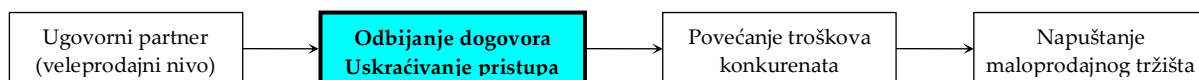
U evropskoj sudskoj praksi odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa se ne odnosi samo na situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom u potpunosti odbija pružiti/ponuditi veleprodajnu uslugu, nego i na situaciju u kojoj je operator sa značajnom tržišnom snagom spreman ponuditi uslugu, ali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

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

Operator sa značajnom tržišnom snagom na određenom veleprodajnom tržištu može prenijeti svoju tržišnu snagu na maloprodajni nivo na način da odbije dogovor ili uskrati pristup operatorima koji na maloprodajnom nivou konkurišu njegovim maloprodajnim dijelom ili povezanim društvima. Takvo ponašanje posebno predstavlja prepreke razvoju tržišne konkurencije u slučajevima kada operator sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom nivou pruža uslugu koja je neophodna drugim operatorima pri pružanju usluge na povezanom maloprodajnom tržištu. Agencija smatra da bi, u odsustvu regulacije, sva tri operatora kao operatora sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža mogla imati, u svrhu prenošenja svoje tržišne snage na maloprodajni nivo, snažan podsticaj za odbijanje zahtjeva za pregovore i uskraćivanje veleprodajnih usluga koje su dio ovog relevantnog tržišta, kao i s njima povezanih sadržaja, na osnovu kojih bi ostali operatori mogli ponuditi usluge na maloprodajnom nivou, a što bi dovelo do otežanog daljeg razvoja efikasne tržišne konkurencije na maloprodajnom tržištu.

Dakle, kako je Agencija utvrdila da su u Crnoj Gori sva tri operatora koja su zastupljena na ovom tržištu operatori sa značajnom tržišnom snagom te da su vertikalno integrisani operatori, Agencija smatra da bi sva tri operatora, u odsustvu regulacije, imalo interes da operatorima ne ponudi predmetne veleprodajne usluge pod razumnim uslovima, koje bi ostali operatori mogli svojim korisnicima ponuditi odgovarajuću maloprodajnu uslugu. Odbijanje pristupa utiče na ulazak operatora na pripadajuće maloprodajno tržište ako je veleprodajna usluga neophodna za pružanje maloprodajne usluge te u tom slučaju dovodi ili do sprečavanja ulaska ili do povećanja troškova postojećih i potencijalnih operatora budući da predmetnu uslugu na neki način moraju sami pružati (preskakanje stepenica na ljestvici ulaganja) te posljedično do njihovog izlaska s tržišta. Dakle, u ovom slučaju, odbijanje pristupa utiče na ulazak operatora na maloprodajno tržište. Gore navedenim postupcima sva tri operatora bi mogla prenijeti svoju značajnu tržišnu snagu s veleprodajnog tržišta obrađenog ovim dokumentom na povezana maloprodajna tržišta.

Odbijanje dogovora / uskraćivanje pristupa



6.3.2 Prenosnje značajne tržišne snage na necjenovnoj osnovi

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

Diskriminisano korišćenje informacija ili uskraćivanje informacija predstavlja situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom tržištu svome maloprodajnom dijelu pruža informacije važne za pružanje usluga na maloprodajnom tržištu ili povezanim društvima, a iste ne pruža operatorima koji koriste ili namjeravaju koristiti veleprodajnu uslugu operatora sa značajnom tržišnom snagom, a na osnovu koje na maloprodajnom tržištu pružaju/ ili žele pružati usluge konkurentne uslugama koje pruža njegov maloprodajni dio, odnosno povezana društva. Isto tako, navedena se prepreka odnosi na situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom odbija pružati i neke druge informacije važne za korišćenje veleprodajne usluge. Takvim ponašanjem, operator sa značajnom tržišnom snagom prenosi svoj dominantni položaj na maloprodajni nivo, na način da dovodi operatore korisnike veleprodajne usluge u nepovoljan položaj u odnosu na sopstveni maloprodajni dio, odnosno povezana društva. Agencija smatra da bi sva tri operatora, kao operatori sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža u odsustvu regulacije, operatorima koji koriste ili namjeravaju koristiti veleprodajne usluge koje su dio ovog relevantnog tržišta, mogao uskraćivati važne informacije, na način da istima ne bi pružao jednako detaljne informacije kao i svom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima, i/ili potrebne informacije ne bi pružao u vremenu u kojem bi operator korisnik navedene veleprodajne usluge mogao reagovati na povezanom maloprodajnom nivou i konkurisati njegovom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima koji raspolažu potrebnom informacijom. Uzevši u obzir ulaganja u mreže nove generacije prilikom čega dolazi do otvaranja novih pristupnih tačaka, Agencija smatra da bi sva tri operatora mogla, u odsustvu regulacije, svojim postojećim i potencijalnim konkurentima uskratiti detaljne i pravovremene informacije o planiranim promjenama u mreži, što bi negativno uticalo na poslovne planove i ulaganja tih operatora, s obzirom da ne bi mogli pravovremeno ocijeniti uticaj takvih promjena i razmotriti različite mogućnosti ulaganja u sopstvenu mrežu, te pravovremeno reagovati na maloprodajnom nivou. Naime, u slučaju promjena u topologiji mreže, doći će i do određenih promjena i u pružanju usluge pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža te bi sva tri operatora, ukoliko ne bi imala odgovarajuću obavezu, mogli uskratiti informacije o planiranim promjenama u mreži/topologiji mreže svojim postojećim i potencijalnim konkurentima. Na taj način, sva tri operatora bi mogla iskoristiti prednosti prvog ulaska, te dovesti sopstveni maloprodajni dio i povezana društva u povoljniji položaj na povezanom maloprodajnom tržištu od postojećih i potencijalnih konkurenata, odnosno prenijeti svoju značajnu tržišnu snagu na povezano maloprodajno tržište, a što za posljedicu ima jačanje tržišnog položaja sva tri operatora te nepovoljan uticaj na efikasnu tržišnu konkurenciju na maloprodajnom nivou.

Taktike odgađanja se odnose na situacije u kojima operator sa značajnom tržišnom snagom ne odbija pružanje pripadajuće veleprodajne usluge, ali istu pruža sa zakašnjenjem u odnosu na svoj maloprodajni dio (sopstvene potrebe) ili povezana društva, te na taj način dovodi postojeće i potencijalne konkurente u neravnopravan položaj na vertikalno povezanom maloprodajnom 46 tržištu budući da im je ta veleprodajna usluga, uzevši u obzir potrebe krajnjih korisnika, neophodna za pružanje usluga istima. Agencija smatra da bi sva tri operatora, kao operatori sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnim tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža, te ujedno i vertikalno integrisani operatori, u odsustvu regulacije, mogli imati interes pružati veleprodajne usluge postojećim i potencijalnim konkurentima na povezanom maloprodajnom tržištu u rokovima dužim od onih u kojima te iste usluge pruža sopstvenom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima.

Neopravdani zahtjevi se odnose na sve uslove koji se odnose na pružanje određene veleprodajne usluge, a koji nisu neophodni za pružanje iste. Takvi zahtjevi neopravdano povećavaju troškove i oduzimaju vrijeme postojećim i potencijalnim konkurentima koji koriste navedenu veleprodajnu uslugu kako bi pružali usluge na povezanom maloprodajnom tržištu, a gdje konkurišu s maloprodajnim dijelom ili povezanim društvima operatora sa značajnom tržišnom snagom. Agencija smatra da bi sva tri operatora, u odsustvu regulacije, mogli koristiti razne oblike neopravdanih zahtjeva kojima bi mogli uticati na poslovne odluke i troškove postojećih i potencijalnih konkurenata. Agencija smatra da bi sva tri operatora bila u mogućnosti, kao operatori sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža i vertikalno integrisani operatori, u odsustvu regulacije, operatorima koji koriste ili namjeravaju koristiti veleprodajne usluge koje su dio ovog relevantnog tržišta nametnuti razne oblike neopravdanih instrumenata osiguranja plaćanja, s obzirom na uslove i iznos, te bi mogli neopravdano podsticati korišćenje skupljih tehnologija i opreme za pružanje veleprodajne usluge, sve u svrhu povećanja troškova postojećih i potencijalnih konkurenata, a što bi dovelo do prenošenja značajne tržišne snage sva tri operatora na povezano maloprodajno tržište. Isto tako, sva tri operatora bi mogla tražiti informacije potrebne za pružanje veleprodajne usluge (npr. informacije o ciljanim krajnjim korisnicima) iznad nivoa koji je potreban, odnosno ekonomski i tehnički opravdan pri pružanju veleprodajne usluge. Takve informacije o krajnjim korisnicima, sva tri operatora bi mogla iskoristiti kako bi za tog istog krajnjeg korisnika mogao kreirati uslugu koja bi odgovarala tom krajnjem korisniku s ciljem pridobivanja istog, a što bi opet dovelo do prenošenja značajne tržišne snage i jačanja njihovog tržišnog položaja na povezanom maloprodajnom nivou. U slučaju neopravdanog korišćenja informacija o konkurentima riječ je o postupcima operatora sa značajnom tržišnom snagom u kojima koriste podatke koje mu u okviru pružanja veleprodajnih usluga daju postojeći ili potencijalni konkurenti na veleprodajnom i maloprodajnom nivou i korišćenju istih kako bi se povećali troškovi konkurenata ili smanjila zarada na vertikalno povezanom veleprodajnom i maloprodajnom tržištu.

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

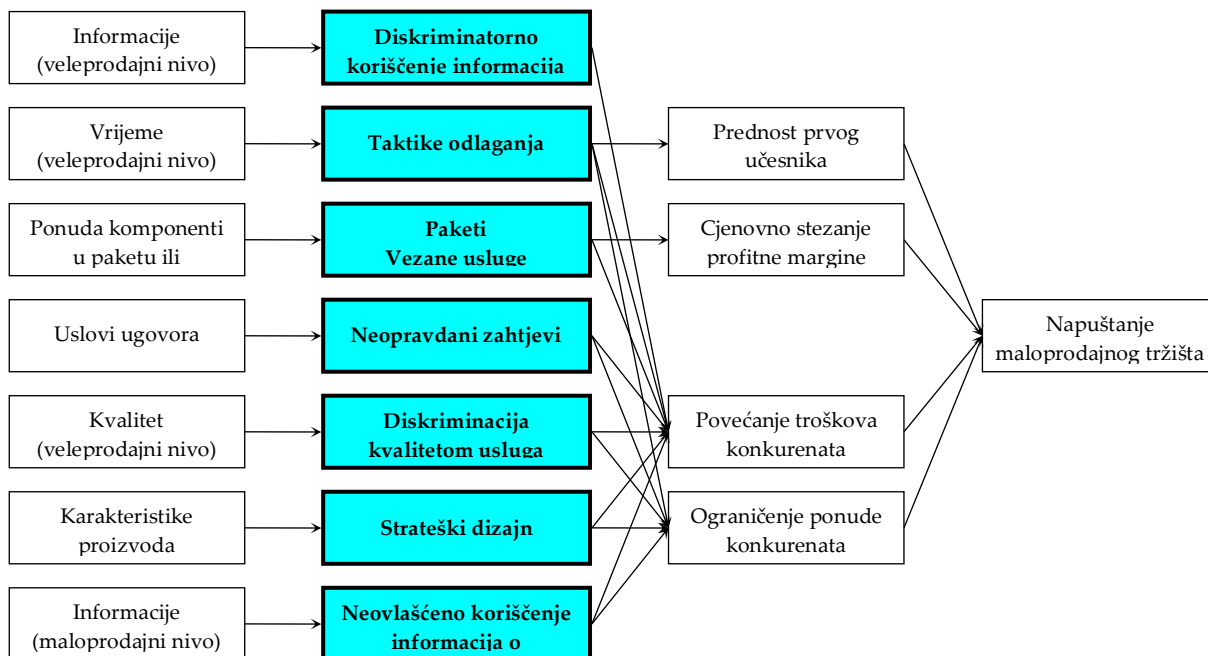
konkurenata (npr. dodatni marketinški troškovi za privlačenje korisnika). Tako bi sva tri operatora mogla ostvariti prednosti pred ostalim konkurentima prenošenjem značajne tržišne snage na veleprodajnom tržištu na pripadajuće maloprodajno tržište, što bi moglo dovesti do povećanja troškova ostalih operatora, problema u poslovanju i vjerovatnog izlaska s tržišta.

Diskriminacija kvalitetom usluge je mogućnost operatora sa značajnom tržišnom snagom da utiče na povećanje troškova postojećih ili potencijalnih konkurenata ili smanjenje prihoda na nivou maloprodaje, tako što će ih dovesti u neravnopravan položaj kvalitetom pružanja usluga. Diskriminacijom kvalitetom veleprodajne usluge operator sa značajnom tržišnom snagom ima direktan uticaj na kvalitet usluge koja se pruža krajnjem korisniku, a budući da je korisnik posebno osjetljiv na parametre kvaliteta usluge, takvo postupanje dovodi do nezadovoljstva i gubitka povjerenja krajnjih korisnika u operatora koji im nudi uslugu. Dalje, kvalitet usluge je važan činilac pri optimizaciji i racionalizaciji troškova operatora. Agencija smatra da bi, u odsustvu regulacije, sva tri operatora mogla vršiti diskriminaciju ostalih operatora kvalitetom veleprodajne usluge i to na način da iste nudi s parametrima kvaliteta lošijim od usluge koju nudi svome maloprodajnom dijelu (sopstvene potrebe) ili povezanim društvima. Isto tako sva tri operatora bi mogla uticati na uklanjanje mogućih kvarova pri pružanju relevantnih veleprodajnih usluga i povezanih sadržaja (duži rokovi otklona kvara). Na navedeni način bi moglo doći do situacije u kojoj postojeći ili potencijalni konkurent gubi povjerenje krajnjih korisnika, a što može rezultirati prestankom korišćenja usluge operatora od strane krajnjih korisnika, a time i nižim dobitima operatora na maloprodajnom tržištu. Navedenim postupanjem, sva tri operatora bi mogla prenijeti svoju značajnu tržišnu snagu te jačati svoj tržišni položaj na vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu, a što bi dovelo do neefikasne tržišne konkurencije na štetu krajnjih korisnika. Takvo postupanje dovodi do sljedećih posljedica. Naime, postojeći ili potencijalni konkurenti gube povjerenje krajnjih korisnika, a što može rezultirati prestankom korišćenja usluge operatora od strane krajnjih korisnika, a time i nižim zaradama operatora na maloprodajnom tržištu. Shodno navedenim, sva tri operatora bi mogla prenijeti svoju značajnu tržišnu snagu te jačati svoj tržišni položaj na vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu, a što bi dovelo do neefikasne tržišne konkurencije nauštrb krajnjih korisnika.

Još jedna prepreka tržišnoj konkurenciji odnosi se na situaciju u kojoj bi operator sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom tržištu pružao informacije važne za pružanje usluga na maloprodajnom tržištu svome maloprodajnom dijelu (sopstvene potrebe) ili povezanim društvima, a iste ne bi pružao operatorima koji koriste ili namjeravaju koristiti veleprodajnu uslugu operatora sa značajnom tržišnom snagom na osnovu koje na maloprodajnom tržištu pružaju ili žele pružati usluge konkurentne uslugama koje pruža njegov maloprodajni dio, odnosno povezana društva. Isto tako, navedena se prepreka odnosi na situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom odbija pružati i neke druge informacije važne za korišćenje veleprodajne usluge. Takvim ponašanjem, operator sa značajnom tržišnom snagom prenosi svoj dominantan položaj na maloprodajni nivo, na način da dovodi operatore korisnike veleprodajne usluge u nepovoljan položaj u odnosu na sopstveni maloprodajni dio, odnosno povezana društva. Agencija smatra da bi sva tri operatora, kao operatori sa značajnom tržišnom snagom i vertikalno integrisani operatori, u odsustvu regulacije, operatorima koji koriste ili namjeravaju koristiti veleprodajne usluge koje su dio ovog relevantnog tržišta, mogao uskraćivati važne informacije, na način da istima ne bi pružao jednako detaljne informacije kao i svom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima, i/ili potrebne informacije ne bi pružao u vremenu u kojem bi operator korisnik navedene veleprodajne

usluge mogao reagovati na povezanom maloprodajnom tržištu i konkurisati njegovom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima koji raspolažu potrebnom informacijom.

Necjenovni aspekti



6.3.3 Prenošnje značajne tržišne snage na cjenovnoj osnovi

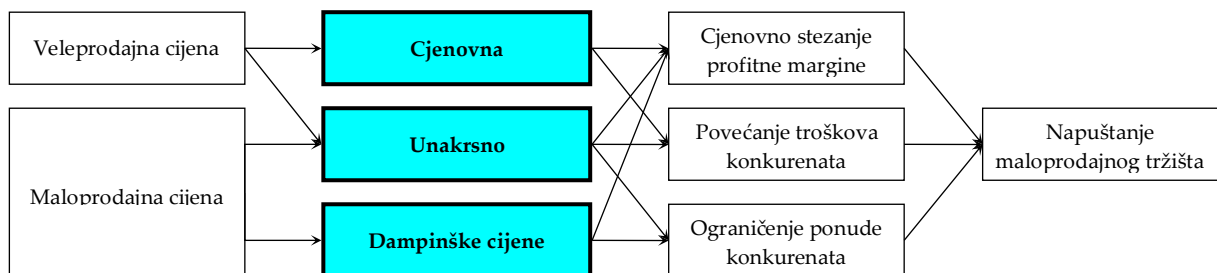
Agencija je kao moguće prepreke tržišnoj konkurenciji koje predstavljaju prenošenje značajne tržišne snage na osnovama vezanim za cijene prepoznala diskriminaciju na cjenovnoj osnovi, unakrsno subvencioniranje i neopravdan način obračuna usluge.

Diskriminacija cijenama se odnosi na situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom nudi veleprodajnu uslugu neophodnu za pružanje određenih maloprodajnih usluga po različitim cijenama svom maloprodajnom dijelu (sopstvene potrebe) i povezanim društvima u odnosu na postojeće i potencijalne konkurente na povezanom maloprodajnom tržištu. Agencija smatra da bi sva tri operatora, kao operatori sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnim tržištima i vertikalno integrisani operatori, u odsustvu regulacije na tržištu utvrđenim ovim dokumentom, mogao primjenom diskriminacije na osnovi cijena nuditi veleprodajne usluge operatorima, sa kojima konkuriše na povezanom maloprodajnom tržištu, po cijenama višim od onih po kojima tu istu uslugu pruža svom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima. Takvim ponašanjem, sva tri operatora bi mogla uticati na poslovne rezultate ostalih operatora koji koriste navedenu veleprodajnu uslugu kako bi na povezanom maloprodajnom tržištu pružali usluge. U odsustvu regulacije, sva tri operatora bi mogla za svoj maloprodajni dio i povezana društva odrediti cijene veleprodajnih usluga koje bi se razlikovale od cijena usluga koje bi naplaćivao postojećim i potencijalnim operatorima s kojima konkuriše na vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu. U navedenom slučaju, sva tri operatora bi mogla iskoristiti svoju značajnu tržišnu snagu i putem diskriminacije na cjenovnoj osnovi, odnosno visoko postavljenim veleprodajnim cijenama, uticati na

povećanje troškova drugih operatora što bi dovelo do istiskivanja cijenama (*eng. margin squeeze*), a dugoročno gledano, do neefikasne tržišne konkurencije i izlaska tih operatora s tržišta.

Unakrsno subvencioniranje odnosi se na situaciju u kojoj postoje dva različita tržišta i dvije različite cijene na navedenim tržištima. U odsustvu regulacije, operator sa značajnom tržišnom snagom može na tržištu na kojem ima navedeni status naplaćivati cijenu iznad troška kako bi na povezanom maloprodajnom tržištu mogao pružiti cijenu ispod troškova što bi dovelo do istiskivanja cijenama i na taj način prenijeti značajnu tržišnu snagu s veleprodajnog tržišta na povezano maloprodajno tržište. Agencija smatra da bi sva tri operatora, kao operatori sa značajnom tržišnom snagom i vertikalno integrisani operatori, u odsustvu regulacije, mogla nuditi veleprodajnu uslugu iznad troška te na taj način povisiti troškove operatora koji koriste navedenu uslugu, a u isto vrijeme, na maloprodajnom nivou, nuditi usluge po cijenama koje su ispod troška. Takvo postupanje sva tri operatora dovelo bi do istiskivanja cijenama te bi natjeralo operatore koji koriste veleprodajne usluge koje su dio ovog relevantnog tržišta u svrhu pružanja usluga na povezanom maloprodajnom nivou, da trpe gubitke, a što bi ih na kraju natjeralo da napuste tržište. S druge strane, sva tri operatora bi bila u mogućnosti prenijeti značajnu tržišnu snagu s veleprodajnog tržišta na povezano maloprodajno tržište i jačati svoj tržišni položaj, a što bi imalo negativne efekte na efikasnu tržišnu konkurenciju.

Cjenovni aspekti



7. ODREĐIVANJE OBAVEZA OPERATORIMA SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM

Na osnovu sprovedene analize Agencija je utvrdila da Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz mobilnih mreža nije dovoljno konkurentno i identifikovala ONE Crna Gora doo Podgorica, Crnogorski Telekom AD Podgorica i Mtel doo Podgorica kao operatore sa značajnom tržišnom snagom na ovom tržištu, koje će kao takve imenovati posebnim rješenjem koje je dužna da donese prema članu 69 Zakona o elektronskim komunikacijama.

Identifikacija operatora sa značajnom tržišnom snagom podrazumijeva propisivanje i nametanje ex-ante obaveza, koje treba da budu proporcionalne i adekvatne utvrđenom problemu-odstupanju od efikasne konkurencije. Rješenjem izdatim određenom operatoru sa značajnom tržišnom snagom Agencija mora narediti preduzimanje bar jedne od mjera iz čl.71, 73, 74,75, i 76 Zakona:

- 1) Obaveza objavljivanja podataka
- 2) Obaveza obezbjeđivanja nediskriminatornosti
- 3) Odvojeno vođenje računovodstvenih evidencija
- 4) Pristup elementima mreže i njihovo korišćenje
- 5) Kontrola cijena i vođenje troškovnog računovodstva

Pri određivanju ovih obaveza Agencija uzima u obzir načelo racionalnosti i proporcionalnosti, uz obrazloženje naređenih mjera. Rješenje treba da sadrži i realne rokove u kojima se moraju sprovesti određene mjere. Prema Smjernicama Evropske komisije, prilikom određivanja regulatornih obaveza regulatori imaju u vidu slijedeće ciljeve:

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

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

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

- 1) Obaveza objavljivanja podataka;
- 2) Obaveza obezbjeđivanja nediskriminatornosti;
- 3) Obaveza omogućavanja pristupa elementima mreže i njihovo korišćenje;
- 4) Obaveza odvojenog vođenja računovodstvenih evidencija;
- 5) Kontrola cijena i vođenje troškovnog računovodstva.

7.1 Obaveza objavljivanja podataka

Agencija može, shodno članu 71 Zakona o elektronskim komunikacijama operatoru sa značajnom tržišnom snagom na određenom relevantnom tržištu, nametnuti obavezu objavljivanja podataka – transparentnosti u vezi pristupa i/ili interkonekcije, na način da učini dostupnim određene podatke, kao što su:

- računovodstvene informacije,
- tehničke specifikacije,
- karakteristike mreže,
- uslove korišćenja,
- cijene usluga.

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

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

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

1. Opšte odredbe koje tiču predmeta ponude, načina usklađivanja interkonekcionih ugovora, primjene i važenja Referentne interkonekcionne ponude, kao i zahtjeve za postupak pregovaranja i sl.;
2. Opis usluga koje su predmet Referentne interkonekcionne ponude;
3. Ugovor o nivou relevantne usluge (eng. *Service Level Agreement – SLA*);
4. Arhitektura međupovezivanja i tehnički uslovi uspostavljanja interkonekcije, sinhronizacije, specifikacija protokola za interkonekciju i signalizacionih protokola i sl.;
5. Planiranje i naručivanje usluga interkonekcije;
6. Interkonekcionne tačke i interkonekcionni linkovi;
7. Cijene usluga interkonekcije;
8. Obračun plaćanja, naplata i instrumenti osiguranja plaćanja;
9. Kvalitet usluga;
10. Upravljanje, rad i održavanje usluge;
11. Odgovornost i naknada štete;
12. Povjerljivost informacija i poslovna tajna i
13. Rješavanje sporova.

Kada je u pitanju Referentna interkonekciona ponuda, koju su operatori sa značajnom tržišnom snagom dužni da objave, kao dio ispunjavanja obaveze objavljivanja podataka, važno je istaći značaj objavljivanja odgovarajućeg SLA u okviru Referentne interkonekcionne ponude. Obaveza objavljivanja SLA je značajna, jer bi bez njenog ispunjavanja operatori sa značajnom tržišnom snagom mogli imati motiva da diskriminišu potencijalne operatore u odnosu na svoj maloprodajni dio ili povezana društva kada je u pitanju kvalitet veleprodajnih usluga. Kako bi spriječila ovakvo ponašanje operatora, Agencija je odredila obavezu objavljivanja odgovarajućeg SLA u okviru Referentne ponude, kao garanciju odgovarajućeg nivoa kvaliteta veleprodajnih usluga koje se nude drugim operatorima.

U skladu sa prethodno navedenim SLA (*eng. Service Level Agreement*) treba da obuhvata, između ostalog, sljedeće:

- Sve neophodne aspekte pružanja usluga, kao i garancije za parametre kvaliteta. SLA treba, između ostalog, da obuhvati aspekte naručivanja, obezbjeđivanja (realizacije), functionisanja (raspoloživosti) i održavanja (popravki) usluga;
- Odgovarajuće visine naknada u slučaju neispunjavanja garantovanih nivoa pojedinih parametara kvaliteta usluga, kao i procedure za isplatu istih koje će biti proaktivne i neće zahtijevati pojedinačne zahtjeve od stane operatora.

U okviru obaveze objavljivanja podataka (transparentnosti), operatori sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu su u obavezi da dostavljaju Agenciji detaljne izvještaje o relevantnim pokazateljima efikasnosti – KPI (*eng. Key Performance Indicators*), koji se odnose na pružanje relevantne usluge, na kvartalnom nivou ili po potrebi na zahtjev Agencije.

Operatori sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu su, na zahtjev Agencije, dužni da objave pojedinačne ili sve vrijednosti KPI-a na svojoj Internet stranici, pri čemu će se voditi računa o zaštiti povjerljivih podataka. Pri tom, dužni su da dostave Agenciji sve podatke na kvartalnoj osnovi, pri čemu će označiti podatke koje smatra povjerljivim, kako bi Agencija mogla pratiti i u slučaju potrebe spriječiti bilo kakvu diskriminaciju drugih operatora.

Agencija ocjenjuje da izvještaj o vrijednostima KPI-a treba obavezno da sadrži sljedeće:

- Prosječno vrijeme uspostavljanja usluge interkonekcije;
- Prosječno vrijeme za otklanjanje kvara interkonekcionog linka;
- KPI koji se odnose na pružanje usluge zajedničkog korišćenja prostora (kolokacije).

Agencija može naknadno tražiti od operatora sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu i izvještavanje za neke druge KPI vrijednosti, u slučaju potreba Agencije ili zahtjeva na tržištu.

Operatori su u obavezi da, u roku od 90 dana od dana donošenja Rješenja o određivanju operatora sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu, objave inoviranu Referentnu interkonekcionu ponudu saglasno regulatornim obavezama koje proističu iz analize ovog relevantnog tržišta.

Agencija naglašava da je Referentna interkonekciona ponuda dokument koji je podložan izmjenama, shodno promjenama na tržištu i tehnološkom razvoju. Ako Referentna interkonekciona ponuda nije u skladu sa odredbama Zakona o elektronskim komunikacijama ili uslovima na tržištu i ovim

dokumentom navedenim zahtjevima, nakon sprovedene javne rasprave, Agencija može Rješenjem narediti njenu izmjenu u roku do 30 dana. Takođe, operatori mogu i sami inicirati izmjenu Referentne ponude, o čemu su dužni pisanim putem obavijestiti Agenciju.

Agencija može narediti mjeru dostupnosti određenim djelovima važećih ugovora o interkonekciji ili pristupu, uz poštovanje principa povjerljivosti podataka.

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

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

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

Primarna funkcija obaveze objavljivanja podataka je da druge obaveze, a naročito obavezu omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja i obavezu nediskriminatornosti, učini još efikasnijim. Primjena obaveze objavljivanja podataka ima za cilj da ukaže i doprinese rješavanju antikonkurentskih aktivnosti i prepreka razvoju konkurencije koje se odnose na praksu unakrsnog subvencionisanja, cjenovnu diskriminaciju i praksu Margin squeeze od strane operatora.

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

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

U skladu sa rješenjem Agencije od 20.10.2015. godine nakon sprovedenog drugog kruga analize ovog relevantnog tržišta, mobilni operatori kao operatori sa sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom Veleprodajnom tržištu pristupa i originacije poziva iz javnih mobilnih mreža, objavili su Referentne ponude na svojim sajtovima.

7.2 Obaveza obezbjeđivanja nediskriminatornosti

Agencija može, shodno članu 73 Zakona o elektronskim komunikacijama, operatoru sa značajnom tržišnom snagom na određenom relevantnom tržištu, narediti mjeru obezbjeđivanja nediskriminatornosti pri pružanju usluge interkonekcije ili operatorskog pristupa.

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

- da pružaju usluge drugim operatorima, kod istih okolnosti, pod istim uslovima u pogledu rokova, cijena i informacija;
- da pružaju drugim operatorima usluge i informacije pod istim uslovima i sa istim nivoom kvaliteta usluge po kojima pruža te usluge maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima;
- da dostave sve ugovore o interkonekciji zaključene na osnovu Referentne interkonekcijske ponude sa operatorima korisnicima usluga koje pripadaju relevantnom veleprodajnom tržištu poziva koji potiču (originiraju) iz javne mobilne telefonske mreže, i to u roku od 10 (deset) dana od dana zaključenja ugovora.

Nalaganjem mjere jednakog tretmana obezbjeđuje se da sva tri operatora primjenjuju suštinski jednake uslove i jednaki kvalitet pri pružanju usluge svim operatorima uključujući i one operatore koji su djelovi privrednog društva ili sa njime povezanog društva. Nametanjem ove regulatorne obaveze svim operatorima otklanjaju se prepreke razvoju konkurencije koje se tiču diskriminacije na cjenovnoj i necjenovnoj osnovi. Ova obaveza je komplementarna obavezama omogućavanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja, jer ova obaveza omogućava da se efikasnije sprovodi regulatorna obaveza omogućavanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja.

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

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

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

Agencija ocjenjuje da je zadržavanje ove regulatorne obaveze adekvatno, da ne predstavlja nikakvo dodatno opterećenje za operatora sa značajnom tržišnom snagom, već samo kvalitativno definiše njegov odnos prema drugim operatorima na veleprodajnom tržištu.

7.3 Obaveza omogućavanja pristupa elementima mreže i njihovo korišćenje

Agencija može, shodno članu 75. Zakona o elektronskim komunikacijama operatoru sa značajnom tržišnom snagom naložiti preduzimanje mjera radi izvršavanja opravdanih zahtjeva za pristup i korišćenje mogućnosti određenih elemenata elektronskih komunikacionih mreža, elektronske komunikacione infrastrukture i povezane opreme Agencija može od operatora naložiti da:

- 1) u dobroj vjeri pregovara sa operatorima o zahtjevima za pristup elementima mreže i njihovom korišćenju;
- 2) omogućiti pristup posebnim djelovima mreže i/ili opreme koji nijesu aktivni;
- 3) izvrši interkonekciju elektronske komunikacione mreže;
- 4) ne uskrati prethodno ostvareni pristup;
- 5) obezbijedi određene usluge na veleprodajnoj osnovi, zbog preprodaje tih usluga na maloprodajnom tržištu;
- 6) odobri otvoreni pristup tehničkim interfejsima, protokolima ili drugim tehnologijama i mogućnostima koje su neophodne za interoperabilnost usluga ili mreža, uključujući i virtuelne mreže;
- 7) obezbijedi zajednički smještaj opreme ili druge oblike zajedničkog korišćenja elektronske komunikacione infrastrukture i povezane opreme;
- 8) obezbijedi mogućnosti koje su potrebne za ostvarivanje interoperabilnosti usluga za krajnje korisnike usluga, uključujući usluge inteligentnih mreža, distributivnih sistema ili rominga u mobilnim mrežama;
- 9) obezbijedi pristup sistemima za podršku ili sličnim sistemima koji su potrebni za obezbjeđivanje lojalne konkurencije prilikom pružanja usluga;
- 10) obezbijedi pristup povezanim uslugama, kao što su identifikacija, davanje podataka o lokaciji i usluge dostupnosti korisnika.

U slučaju postojanja prepreka razvoju tržišne konkurencije koje se odnose na odbijanje zaključivanja ugovora o interkonekciji i pristupu i postojanja velikih razlika u pregovaračkoj moći operatora, gdje operatori zavise od infrastrukture drugog za pružanje maloprodajnih usluga, potrebno je da

Agencija postavi okvire, odnosno odredi odgovarajuće regulatorne obaveze, kako bi se onemogućilo uskraćivanje pristupa i interkonekcije ili bilo koje drugo neprihvatljivo uslovljavanje.

Pravilnik o pristupu i interkonekciji (Sl.list CG 24/14) propisuje uslove za obezbjeđenje operatorskog pristupa i interkonekcije, prava i obaveze operatora u vezi sa operatorskim pristupom i interkonekcijom, uslove pod kojima operatori mogu ograničiti interkonekciju ili operatorski pristup.

U slučaju ovog dokumenta čiji je predmet analiza veleprodajnog tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva u mobilnim mrežama, Agencija svim operatorima, koji imaju značajnu tržišnu snagu na ovom relevantnom tržištu, propisuje obavezu omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja.

Sva tri operatora su u obavezi da:

- 1) u dobroj vjeri pregovaraju sa operatorima o zahtjevima operatorskog pristupa;
- 2) omogućće pristup posebnim djelovima mreže i/ili opreme koji nijesu aktivni;
- 3) obezbijede određene usluge na veleprodajnoj osnovi, zbog preprodaje tih usluga na maloprodajnom tržištu;
- 4) obezbijede zajednički smještaj opreme ili druge oblike zajedničkog korišćenja elektronske komunikacione infrastrukture i povezane opreme
- 5) odobre otvoreni pristup tehničkim interfejsima, protokolima ili drugim tehnologijama i mogućnostima koje su neophodne za interoperabilnost usluga ili mreža, uključujući i virtuelne mreže;
- 6) obezbijede mogućnosti koje su potrebne za ostvarivanje interoperabilnosti usluga za krajnje korisnike usluga, uključujući usluge inteligentnih mreža, distributivnih sistema ili rominga u mobilnim mrežama;
- 7) obezbijede pristup sistemima za podršku ili sličnim sistemima, koji su potrebni za obezbjeđivanje lojalne konkurencije prilikom vršenja usluga.

Svaki operator kada mu je upućen potpun zahtjev za operatorski pristup i interkonekciju dužan je, shodno Pravilniku o operatorskom pristupu i interkonekciji, da odgovore na zahtjev u roku od 15 dana od dana podnošenja zahtjeva. Ukoliko zahtjev za operatorski pristup ili interkonekciju nije potpun, operator traži da podnosilac zahtjeva dopuni svoj zahtjev u roku od 7 dana od dana podnošenja nepotpunog zahtjeva.

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

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

Svi operatori moraju u dobroj vjeri pregovarati o zahtjevima operatora koji žele pristup. Agencija smatra da je ta obaveza potrebno i efikasno sredstvo za postizanje kasnijih sporazuma o pristupu. U slučaju da se ova obaveza ne nametne sva tri operatora bi mogla nametnuti potencijalnim

konkurentima na vertikalno povezanom veleprodajnom i maloprodajnom tržištu razne oblike neopravdanih instrumenata osiguranja plaćanja, bankarskih garancija, u pogledu uslova i iznosa ili neopravdano podsticati korišćenje skupljih tehnologija za pružanje usluge i to samo iz razloga povećanja troškova postojećih i potencijalnih konkurenata. Isto tako sva tri operatora bi mogla tražiti nivo informacija iznad potrebnog i tehnički opravdanog za pružanje relevantne usluge.

Sva tri operatora su u obavezi da pripreme otvoren pristup tehničkim interfejsima, protokolima ili drugim značajnim tehnologijama, pošto je to nužno potrebno za pružanje usluge na maloprodajnom tržištu. Nepripremanje tih elemenata bi moglo značiti da konkurenti ne mogu ponuditi uslugu istog kvaliteta na maloprodajnom tržištu ili čak onemogućavanje pristupa novih operatora na postojeće tržište, ukoliko je nužno povezivanje mreža ova tri operatora i alternativnog operatora. Agencija ocjenjuje da je obaveza nužna za uspostavljanje i održavanje konkurencije na tržištu.

Sva tri operatora su u obavezi da obezbijede određene usluge na veleprodajnoj osnovi, zbog preprodaje tih usluga na maloprodajnom tržištu.

Agencija obavezuje sve operatore na ovom relevantnom tržištu da pripreme otvoren pristup tehničkim interfejsima, protokolima ili drugim značajnim tehnologijama, koje su nezamjenljivo potrebne za interoperabilnost mreža i usluga. Nepripremanje tih elemenata bi moglo značiti da konkurenti ne mogu ponuditi uslugu istog kvaliteta na maloprodajnom tržištu ili čak onemogućavanje pristupa novih operatora na postojeće tržište. Agencija ocjenjuje da je ova obaveza neophodna za uspostavljanje i održavanje konkurencije na tržištu, jer bi u protivnom konkurentima bio onemogućen pristup na tržište ili ne bi mogli ponuditi uslugu istog kvaliteta na maloprodajnom tržištu.

Sva tri operatora su u obavezi da obezbijede zajednički smještaj opreme ili druge oblike zajedničkog korišćenja mogućnosti infrastrukture, koji su neophodni za odgovarajuću instalaciju i povezivanje opreme, koja omogućava korišćenje usluga koje pripadaju relevantnom veleprodajnom tržištu poziva koji potiču (originiraju) iz javne fiksne telefonske mreže.

Agencija obavezuje sve operatore na ovom relevantnom tržištu da obezbijede mogućnosti koje su potrebne korisnicima u pogledu interoperabilnosti usluga, na način da osigura pružanje relevantne usluge po fer i razumnim uslovima, a koji se ne razlikuju od uslova koje nudi svom maloprodajnom dijelu ili povezanom društvu.

Agencija obavezuje sve operatore na ovom relevantnom tržištu da obezbijede pristup sistemima za podršku ili sličnim sistemima, kojim se pospješuje konkurencija kod pružanja relevantnih usluga.

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

Agencija ocjenjuje da obaveza omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja, iako osnovna obaveza za pospješivanje konkurencije, nije sama po sebi dovoljna da na efikasan način ukloni prepreke razvoju konkurencije na relevantnom tržištu. Odnosno, obavezi omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja komplementarne su obaveze nediskriminatornosti i obezbjeđenja preglednosti, odnosno objavljivanja referentne ponude. Nadalje, obaveza nadzora

cijena i troškovnog računovodstva je prateća i neophodna obaveza sa aspekta obezbjeđenja efikasne konkurencije i zaštite interesa krajnjih korisnika.

7.4 Obaveza odvojenog vođenja računovodstvenih evidencija

Agencija može, shodno članu 74 Zakona o elektronskim komunikacijama operatoru sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu, naložiti operatoru odvojeno vođenje računovodstvenih evidencija radi odvojenog iskazivanja rezultata poslovnih aktivnosti koje se odnose na pružanje usluga pristupa i/ili interkonekcije sa ciljem kontrole sprovođenja mjera iz obaveze obezbjeđivanja nediskriminatornosti ili sprječavanja neosnovanog unakrsnog subvencioniranja.

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

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

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

Agencija je 2012.godine propisala Metodologiju za računovodstveno odvajanje i troškovno računovodstvo za mobilne koja propisuje metodologiju vođenja računovodstva i pravo potpunog pristupa svim relevantnim finansijskim podacima, što uključuje i podatke o prihodima ostvarenim naplatom od trećih lica. Metodologija za računovodstveno odvajanje i troškovno računovodstvo je u saglasnosti sa domaćim računovodstvenim propisima, međunarodnim računovodstvenim standardima i Preporukom Evropske komisije 2005/698/EC o odvojenom računovodstvu i modelima troškovnog računovodstva prema regulatornom okviru za elektronske komunikacije.

Operatori Crnogorski Telekom, ONE Crna Gora i Mtel su kao operatori sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu, sproveli odvajanje računovodstvenih evidencija koje se odnose na uslugu započinjanja (originacije) poziva od ostalih veleprodajnih usluga i usluga maloprodajnih tržišta, što omogućava Agenciji provjeru poštovanja principa nediskriminatornosti u vezi sa cijenama započinjanja (originacije) poziva iz mreža mobilnih operatora, kao i principa preglednosti svih veleprodajnih cijena po kojima mobilni operatori svoje usluge pružaju ostalim operatorima, kao i internih transfernih naknada po kojima usluge pružaju svom maloprodajnom dijelu i povezanim društvima.

U cilju veće efikasnosti primjene obaveza objavljivanja podataka i obezbjeđivanja nediskriminatornosti, Agencija ocjenjuje neophodnim zadržavanje, prethodnom analizom određene, obaveze odvojenog vođenja računovodstvenih evidencija operatorima sa značajnom tržišnom snagom. Obaveza odvojenog vođenja računovodstvenih evidencija je neophodna u smislu identifikacije antikonkurentskih aktivnosti operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu, kao što su praksa unakrsnog subvencionisanja i primjene prakse cjenovnog stezanja profitne marže (*eng. margin squeeze*) drugih operatora.

Polazeći od već nametnutih obaveza obezbjeđivanja nediskriminatornosti i objavljivanja podataka (transparentnosti), Agencija ocjenjuje zadržavanje obaveze odvojenog vođenja računovodstvenih evidencija adekvatnim i proporcionalnim.

7.5 Obaveza kontrole cijena i vođenja troškovnog računovodstva

Agencija može, shodno članu 76 ZEK-a operatoru sa značajnom tržišnom snagom naložiti preduzimanje mjera u vezi sa povratom troškova, kontrolom cijena određenih usluga koje se pružaju radi obezbjeđivanja pristupa i/ili interkonekcije i vođenje troškovnog računovodstva.

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

Član 77 stav 2 ZEK-a predviđa da Agencija ima pravo da propiše mehanizam pokrivanja troškova ili metodologiju određivanja cijena, što mora biti primjereno ciljevima unaprijeđenja efikasnosti i održive konkurencije, ciljevima razvoja i povećanju koristi za krajne korisnike. Agencija može koristiti i upoređenja sa cijenama na uporedivim tržištima ili tržištima sa razvijenom konkurencijom, uzimajući pri tome u obzir specifičnosti domaćeg tržišta.

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

Model troškovnog računovodstva omogućava sprovođenje obaveze računovodstvenog razdvajanja i provjeru troškovne orijentisanosti i cijena u svrhu sprečavanja međusobnog subvencioniranja, zatim previsokih ili preniskih cijena i neefikasnog ponašanja operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Nametanjem ove obaveze, odnosno insistiranjem na sprovođenju aktivnosti koje su ranije započete i koje su proistekle, kako iz prethodne analize ovog tržišta tako i iz sprovođenja projekta uvođenja troškovnog računovodstva od strane mobilnih operatora, Agencija će otkloniti prepreku razvoju konkurencije na ovom relevantnom tržištu koja se odnosi na vertikalno prenošenje značajne tržišne snage i praksu unakrsnog subvencioniranja usluga.

Iz navedenih razloga ovu obavezu je neophodno nametnuti operatorima sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom tržištu poziva koji potiču (originiraju) iz mobilnih mreža, te Agencija ocjenjuje da je naložena obaveza zajedno sa postavljenim rokovima adekvatna i proporcionalna mogućim problemima u razvoju konkurencije.

Operatori Crnogorski Telekom, ONE Crna Gora i Mtel su kao operatori sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu, shodno Metodologiji računovodstvenog odvajanja i troškovnog računovodstva za mobilne mreže iz 2012. godine, sproveli propisani sistem troškovnog računovodstva na način i u rokovima propisanim Metodologijom.

Agencija je verificovala rezultate troškovnog modela usvajanjem odluka o prihvatanju sprovedenih aktivnosti Crnogorskog Telekoma na Projektu računovodstvenog odvajanja i troškovnog računovodstva na bazi tekućeg troškovnog računovodstva (CCA) kao troškovne osnovice i dugoročnih inkrementalnih troškova (LRIC) kao računovodstvene metodologije. Budući da su regulatorni finansijski izvještaji mobilnih operatora, kao rezultat primijenjenog troškovnog računovodstva u prethodnom desetogodišnjem periodu, potvrđivali da cijene relevantnih usluga nijesu troškovno orjentisane, Agencija im je propisivala obavezu da usklade cijene sa rezultatima troškovnih modela.

Agencija može, u skladu sa članom 77 stav 1 ZEK-a, da primijeni metod troškovnog računovodstva koji može biti različit od metoda koje primjenjuje operator. Imajući ovu odredbu u vidu kao i „Studiju o opravdanosti izrade troškovnih modela Agencije po bottom -up LRIC troškovnoj metodologiji, Agencija je sprovela Projekat „ Izrada i implementacija bottom-up troškovnih modela za fiksnu i mobilnu mrežu“.

Nakon što je krajem januara 2023.godine usvojena finalna verzija BU LRIC troškovnog modela za mobilnu mrežu i pripadajuća dokumentaciju izrade i implementacije modela, Agencija je započela sa primjenom rezultata modela u svrhu određivanja cijene usluge ovog relevantnog tržišta za period od naredne tri godine.

Osim gore navedene obaveze, operatori sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu su dužni da, u sklopu regulatorne obaveze kontrole cijena i vođenja troškovnog računovodstva, nastave sa izradom top-down LRIC troškovnih modela, odnosno sa izvršavanjem obaveze računovodstvenog odvajanja i troškovnog računovodstva, na način i u rokovima propisanim dokumentom Agencije "Metodologija računovodstvenog odvajanja i troškovnog računovodstva".

Prilog 1: Mišljenje Agencije za zaštitu konkurencije na Nacrt Odluke o pokretanju ponovnog postupka Testa Tri kriterijuma

Ora	Broj	Prilog	Vrijednost
0102	7486/1		



Crna Gora
Agencija za zaštitu konkurencije

Adresa: ul. Svetlane Kane Rađević br. 3
81000 Podgorica, Crna Gora
tel: +382 20 239024
fax: +382 20 239015
www.azk.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 sugetstija 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
mir Radojka Ćirković
RCR/ANC



Prilog 2: Mišljenje Agencije za zaštitu konkurencije na Nacrte Testova Tri kriterijuma



Crna Gora
Agencija za zaštitu konkurencije
Savjet

Adresa: ul. Svetlane Kane Radević br. 3
81000 Podgorica, Crna Gora
tel: +382 20 239 010
fax: +382 20 239 015
www.azzk.me

Broj: 01-354/23-628/3

Podgorica, 22.11.2023. godine

Savjet Agencije za zaštitu konkurencije, na osnovu člana 19 stav 2 tačka 16 i člana 20f stav 1 tačka 10 Zakona o zaštiti konkurencije („Sl. list CG“, br. 44/12, 13/18 i 145/21), u postupku davanja mišljenja po Zahtjevu Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost br. 04-354/23-628/1 od 25.10.2023. godine, a na osnovu predloga mišljenja direktora Agencije za zaštitu konkurencije, na sjednici održanoj 22.11.2023. donosi

MIŠLJENJE

Agencija za zaštitu konkurencije **nema primjedbi** na predložene tekstove *Nacrta Testa tri kriterijuma na pojedinačno definisanim relevantnim tržištima*, i to:

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

Obrazloženje

Agencija za zaštitu konkurencije (u daljem tekstu: „**Agencija**“) je dana, 25.10.2023. godine, primila od strane Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost (u daljem tekstu: „**EKIP**“) Zahtjev br. 0302-6473/1 od 23.10.2023. godine, zaveden kod Agencije pod br. 04-354/23-628/1 za izjašnjenje i mišljenje na *Nacrte Testova tri kriterijuma na pojedinačno definisanim relevantnim tržištima*:

- 1) Maloprodajnom tržištu pristupa javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji, za fizička i pravna lica,
- 2) Maloprodajnom tržištu javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji,
- 3) Maloprodajnom tržištu javno dostupne usluge međunarodnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji,
- 4) Veleprodajnom tržištu poziva koji potiču (originiraju) iz javne fiksne telefonske mreže,



- 5) Veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža,

a za potrebe nadležnosti i rada EKIP-a, u skladu sa odredbama poglavlja VI Zakona o elektronskim komunikacijama („Sl. list CG“, br. 40/13, 56/13, 2/17 i 49/19), kao i Sporazumom o saradnji na području obezbjeđenja konkurencije i preduprjeđenja štetnih efekata, nedostataka konkurencije na tržištu elektronskih komunikacija, koji je potpisan 28.04.2009. godine između Uprave za zaštitu konkurencije (čiji je pravni sljedbenik Agencija za zaštitu konkurencije) i Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost.

Agenciji je dana 23.11.2022. godine dostavljena Odluka Savjeta EKIP-a 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 EKIP-a.

Agencija se aktom br. 04-354/22-857/2 od 19.12.2022. godine, izjasnila da na dostavljenu Odluku nema sugestija i komentara, a da će nakon dostavljanja Nacrta Testa tri kriterijuma na pojedinačno definisanim relevantnim tržištima, dati Mišljenje, shodno čl. 19 stav 16 Zakona o zaštiti konkurencije („Sl. list CG“, br. 44/12, 13/18 i 145/21) (u daljem tekstu: „**Zakon**“).

Pravni osnov za davanje mišljenja Agencije na predloženi tekst *Nacrta Testa tri kriterijuma na pojedinačno definisanim relevantnim tržištima*, predstavljaju odredbe člana 22 stav 1 tačka 7 Zakona, kao i odredbe člana 65 Zakona o elektronskim komunikacijama („Sl. List Crne Gore“ br. broj 40/13, 56/13, 2/17 i 49/19) (u daljem tekstu: „**ZEK**“), kojim je propisano da u postupku utvrđivanja, praćenja i preispitivanja relevantnih tržišta u Crnoj Gori na tržištu elektronskih komunikacija, EKIP saraduje sa organom nadležnim za zaštitu konkurencije, kao i da shodno članu 66 ZEK-a, EKIP sprovodi postupak određivanja relevantnog tržišta u skladu sa propisima kojima se uređuje zaštita konkurencije. Takođe, nekadašnja Uprava za zaštitu konkurencije je sa EKIP-om potpisala Sporazum o saradnji na području obezbjeđenja konkurencije i preduprjeđenja štetnih efekata nedostatka konkurencije na tržištu usluga elektronskih komunikacija, potpisan 28.04.2009. godine (u daljem tekstu: „**Sporazum**“).

Uvidom u dostavljene tekstove *Nacrta Testova tri kriterijuma na pojedinačno definisanim relevantnim tržištima*, Agencija je utvrdila da je EKIP u postupku analize primjenjivala evropske direktive koje su na snazi na području elektronskih komunikacija, a koje su implementirane u crnogorsko zakonodavstvo kroz ZEK.

Shodno navedenom, prilikom izrade *Nacrta Testova tri kriterijuma na pojedinačno definisanim relevantnim tržištima*, EKIP je polazila od Preporuke Evropske komisije o relevantnim tržištima proizvoda i usluga u sektoru elektronskih komunikacija, koja podliježu *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 EK su relevantna tržišta koja su podložna *ex ante* regulaciji, imajući u vidu činjenicu da su na istim zadovoljeni svi uslovi iz Testa tri kriterijuma. Međutim, nacionalna regulatorna tijela imaju ovlašćenja sama da utvrde, imajući u vidu specifičnosti nacionalnih tržišta, da su pojedina tržišta van liste iz navedene Preporuke, podložna *ex ante* regulaciji, ali uz uslov da se dokaže da su na tim tržištima istovremeno zadovoljeni uslovi Testa tri kriterijuma.



Kod Testa tri kriterijuma naglasak je na razvoju i strukturi tržišta i EKIP može prethodno regulisati gore navedena tržišta jedino u slučaju ako su istovremeno zadovoljena tri kriterijuma. Prema članu 65 stav 3 ZEK-a, EKIP može utvrditi da prethodnoj regulaciji mogu biti podložna 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 obzbeđuje efikasno otklanjanje nedostataka na tržištu.

EKIP je utvrdila da je Test tri kriterijuma, shodno članu 65 ZEK-a zadovoljen na (i) Veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža i (ii) Veleprodajnom tržištu poziva koji potiču (originiraju) iz javne fiksne telefonske mreže, te da su stoga ova tržišta podložna prethodnoj (*ex-ante*) regulaciji.

Dalje, utvrdila je da Test tri kriterijuma na (i) Maloprodajnom tržištu pristupa javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji, za fizička i pravna lica, (ii) Maloprodajnom tržištu javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji i (iii) Maloprodajnom tržištu javno dostupne usluge međunarodnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji, nije zadovoljen, te shodno navedenom EKIP je zaključila da navedena tržišta nijesu podložna prethodnoj (*ex ante*) regulaciji.

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

Članom 11 ZEK-a utvrđene su, između ostalih, nadležnosti EKIP-a da sprovodi analizu relevantnih tržišta, utvrđuje operatore sa značajnom tržišnom snagom i preuzima regulatorne mjere za sprječavanje negativnih efekata značajne tržišne snage operatora.

Zakon upućuje da akti ili radnje kojima se vrši povreda konkurencije, su: sporazumi kojima se sprječava, ograničava ili narušava konkurencija; zloupotreba dominantnog položaja; koncentracije kojima se sprječava, ograničava ili narušava konkurencija ili slobodan razvoj otvorene tržišne ekonomije, a naročito stvaranje, odnosno jačanje dominantnog položaja na tržištu.

Na osnovu sprovednog Nacta Testa tri kriterijuma EKIP je ocjenila da je na Veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža i na Veleprodajnom tržištu poziva koji potiču (originiraju) iz javne fiksne telefonske mreže, nepohodno sprovesti analizu relevantnog tržišta.

Na Maloprodajnom tržištu javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koja se pružaju na fiksnoj lokaciji i Maloprodajnom tržištu javno dostupne usluge međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koja se pružaju na fiksnoj lokaciji, EKIP zaključuje da Crnogorskom Telekomu treba ukinuti regulatorne obaveze na maloprodajnom nivou, koje



su mu kao operatoru sa značajnom tržišnom snagom, bile određene rješenjem EKIP-a iz 2020. godine.

EKIP je za Maloprodajno tržište pristupa javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica, ocjenila da je neophodno zadržati prelazni period u deragulaciji navedenog tržišta, u cilju osiguranja regulatorne predvidivosti i zaštite krajnjih korisnika. EKIP je mišljenja da bi prelazni period od tri godine podrazumijevao zadržavanje mogućnosti izbora/predizbora operatora i obaveze iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou tokom koga bi Crnogorski Telekom nastavio da pruža usluge u skladu sa Rješenjem EKIP-a od 07.09.2023. godine. EKIP će po isteku prelaznog perioda pratiti dalji razvoj Maloprodajnog tržišta pristupa javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica, i ukoliko dođe do značajnih promjena na tržištu koje bi mogle ugroziti efikasnu konkurenciju, ponovo će sprovesti test tri kriterijuma.

Predložene analize predstavljaju izuzetno kvalitetan doprinos razvoju tržišta kao i efikasne konkurencije iz više razloga, a naročito iz razloga transparentnosti, koji predstavlja izuzetno značajan element pravne predvidljivosti i pravne sigurnosti učesnika na tržištu.

U skladu sa ciljem i duhom Sporazuma, Agencija ističe da je na raspolaganju za bilo koje dalje postupanje i podršku u procesu koji EKIP sprovodi u skladu sa zakonskim ovlaštenjima u *ex ante* kontroli definisanih tržišta, kao i saradnji u slučaju postojanja potencijalne radnje povrede konkurencije koju Agencija može ispitivati u *ex post* postupku.

PREDSJEDNIK SAVJETA
Dragan Damjanović



Dostavljeno:

- Agenciji za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost, Bulevar Svetog Petra Cetinjskog 9, 81000 Podgorica
- u spise predmeta
- a/a

Prilog 3: Pregled odgovora Agencije na komentare, primjedbe i sugestije Crnogorskog Telekoma na nacрте Testova tri kriterijuma na pet relevantnih tržišta

Broj komentara	Dio teksta u nacrtu Testa tri kriterijuma	Komentar Crnogorskog Telekoma	Odgovor Agencije na komentar
1.	" 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 portfoliju, poput usluga prenosa podataka, ali i rezultat značajnog stepena fiksno-mobilne supstitucije".	<p>"Tako je detaljna provedba i provjera ispunjenosti relevantnih kriterijuma i potkriterijuma dovela do zaključaka koje smo očekivali moramo iskazati svoj stav da nijesmo saglasni s nekim konstatacijama iznijetim u dokumentima koji se tiču usluga koje čine pojedino tržište, a na to jeste važno ukazati da bi se pravilno ocijenilo u budućim analizama drugih relevantnih tržišta.</p> <p>Naime, ne možemo se saglasiti da se pozivi iz mobilne mreže smatraju komplementarnom uslugom usluzi pozivima iz fiksne mreže, već da su to po svemu substitutivne usluge, a upravo procenat penetracije korisnika telefonskih usluga u mobilnoj mreži na to ukazuje .Agencija navodi da je taj procenat od 2020 do 2022 godine porastao za 18% tj krajem 2022 je iznosio 205,4.% Agencija konstatuje da povećanje penetracije korisnika telefonskih usluga u mobilnim mrežama ukazuje na veće korišćenje usluga i značajan trend fiksno-mobilne supstitucije. Smatramo da ne samo da ukazuje na značajan trend već</p>	<p>Agencija ne prihvata komentar Crnogorskog Telekoma iz razloga što je Agencija pri definisanju predmetnih relevantnih tržišta analizu supstitucije sprovedla u skladu sa Preporukom Evropske komisije o relevantnim tržištima usluga iz 2014.godine i pratećim Eksplanatornim dokumentom (SWD(2014) 298. Naime, da bi se pozivi koji potiču iz mobilnih mreža mogli smatrati supstitutima pozivima koji potiču iz fiksnih mreža, potrebno je da iste usluge budu zamjenjive u oba smjera, što nije slučaj. Uprkos brojnim pogodnostima koje su na strani mobilne telefonije, i dalje postoje bitne razlike koje idu u prilog tome da se pozivi realizovani putem mobilnih mreža prije mogu smatrati komplementarnom nego supstitutivnom uslugom pozivima koji se realizuju putem fiksnih mreža sa fiksne lokacije. Ostvarivanje poziva putem fiksnih mreža se može smatrati uslugom koja se, prije svega, vezuje za domaćinstva ili preduzeća i uobičajeno se koristi od strane više lica, dok je pristup putem mobilnih mreža personalizovana usluga koja je namijenjena pojedincu, vlasniku</p>

		<p>je zaista u pitanju puna fiksno- mobilna supstitucija, dakle obostrana zamjenjivost.</p>	<p>mobilnog telefona i odgovarajuće SIM kartice. Navike korisnika da jednu fiksnu liniju koristi više lica, zajedno sa činjenicom da su cijene poziva realizovanih iz mobilnih mreža i dalje više od cijene poziva realizovanih iz fiksnih mreža, što naročito dolazi do izražaja kada se prekorače besplatni minuti u okviru tarifnih paketa, idu u prilog navedenoj tvrdnji. Takođe, i pored prednosti i funkcionalnosti mobilne telefonije, krajnji korisnici i dalje pored mobilne pretplate zadržavaju fiksni telefonski priključak, koji im omogućava da uz usluge poziva u nacionalnoj fiksnoj mreži sve više koriste i usluge pristupa internetu i usluge IPTV-a, što dodatno potvrđuje da je riječ o komplementarnim a ne supstitutivnim uslugama.</p> <p>U prilog ovoj tvrdnji Agencije su i navodi u Eksplanatornom dokumentu SWD(2020) 337 uz važeću Preporuku Evropske komisije o relevantnim tržištima iz 2020.godine gdje se ističe: “Uprkos kontinuiranom porastu broja korisnika u državama Evropske unije koji koriste usluge pristupa fiksnim i mobilnim mrežama, konkretno od ukupnog broja korisnika, njih 54% imaju i fiksni i mobilni pristup, dok 37% ima samo mobilni pristup i 7% samo pristup fiksnoj mreži, ove brojke ukazuju na većí stepen komplementarnosti nego</p>
--	--	---	--

			supstitivnosti između ovih usluga u većini država članica“.
2.	<p>“Pored VoIP poziva koji osiguravaju poseban virtuelni kanal za prenos govora, postoje i tzv. “neupravljani “(<i>eng. non-managed</i>) pozivi koji se pružaju putem internetskog protokola, ali koji u isto vrijeme u jednom svom dijelu prolaze kroz javni internet i kao takvi nemaju garantovani kvalitet, iz čega proizilazi da je riječ o usluzi koja po kvalitetu ne odgovara javno dostupnoj telefonskoj usluzi u fiksnoj mreži, i kao takva ne predstavlja supstitut pozivima koji potiču iz fiksnih mreža. Neupravljani pozivi najčešće se pružaju kao OTT (<i>eng. Over the Top</i>) usluge. Ovakve vrste usluga se u većini slučajeva ograničavaju na ostvarivanje poziva do drugih korisnika koji upotrebljavaju istu OTT aplikaciju. Pored toga, i korisnik koji zove i pozvani korisnik moraju biti ulogovani na istu aplikaciju, za čiju su im upotrebu potrebni posebni uređaji poput smart telefona, tableta ili računara“.</p>	<p>U ranijim prilikama komentarisanja rezultata provodjenja testa tri kriterijuma na istim tržištima koja su i sada predmet ovih javnih konsultacija, ukazivali smo na rezultate raznih istraživanja koji govore o korišćenju internet platformi za uslugu poziva, a ovoga puta je Agencija i sama to navela u dokumentima (Istraživanje zadovoljstva korisnika koje je provela Agencija „Damar“ aprila 2022 godine) iz koga se vidi da je kao glavni razlog upotrebe interneta-komunikacija putem različitih platformi te da taj procenat iznosi 67,8%. Agencija i sama navodi da je to usluga koja vrši konkurentski pritisak na fiksne govorne usluge.</p> <p>Smatramo cjelishodnim ukazati i na rezultate poslednjeg istraživanja koje je za potrebe Agencije radila agencija „Damar“ maja /juna 2023 godine (dostupno na web stranici www.ekip.me) iz koga se može vidjeti da je procenat smart telefona u Crnoj Gori u period 2021-2023 kretao od 87,5 do 97,2 a da je Viber najrasprostranjenija aplikacija kao i u ranijem periodu tako i u 2023. godini (u periodu 2021 -2023 procenat korišćenja te aplikacije se kretao od 97,8 do 97,2.) Pored Viber-a značajan procenat</p>	<p>Agencija je saglasna sa konstatacijama Crnogorskog Telekomu o korišćenju internet platformi za uslugu poziva jer se i sama referencirala na jedan od zaključaka u izvještaju “Istraživanje zadovoljstva korisnika koje je sprovedla Agencija “Damar” aprila 2022 godine, koji ukazuju da je upotreba neupravljanih govornih usluga značajno uvećana poslednjih godina. Uprkos ovom trendu, neupravljani VoIP pozivi se ne smatraju supstitivnom uslugom javno dostupnoj telefonskoj usluzi u fiksnoj mreži u postupku definicije relevantnih maloprodajnih ili veleprodajnih tržišta. Prilikom razmatranja stepena supstitivnosti fiksnih govornih usluga neupravljanim VoIP uslugama Agencija je sagledala niz faktora kao što su: karakteristike usluga, da li riječ o uslugama koje su pogodne za zadovoljavanje stalnih potreba korisnika, kvalitet usluga, cijene, namjenu korišćenja i sl. Saglasno Smjernicama Evropske komisije o analizama relevantnih tržišta, proizvodi ili usluge koje su samo u maloj ili relativnoj mjeri zamenljivi jedni sa drugima ne čine dio istog relevantnog tržišta.</p> <p>Nadalje, u skladu sa trenutnom regulatornom praksom, Evropska komisija ne smatra neupravljanu VoIP usluge, usled razlika u</p>

	<p>korišćenja bilježi aplikacija WhatsApp (43 do 54, 7). Budući da su u pitanju aplikacije koje se koriste za govorne usluge, tekstualne i multimedijalne poruke, smatramo da to dovoljno govori u prilog tvrdnje da te OTT usluge vrše značajan konkurentski pritisak na sve govorne usluge bilo iz fiksne ili mobilne mreže elektronskih komunikacija, tako da zaista predstavlja zamjensku uslugu za obje kategorije poziva.</p> <p>Zbog prethodno navedenih argumenta rezultata relevantnih istraživanja smatramo spornim ovaj zaključak pa i iz razloga što je poznato da jedan prosječni korisnik u našoj zemlji koristi više od jedne aplikacije, pa 4 ili 5, a i više, tako da je korisnik dostupan putem različitih platformi. Aplikacije se, opštepoznato je, veoma mnogo koriste kao zamjenska usluga svim pozivima a pa i međunarodnim pozivima iz fiksne mreže. Uostalom valja podsjetiti da je u tački 36 Smjernica za analizu tržišta i ocjenu značajne tržišne snage na temelju regulatornog okvira EU-a za elektronske komunikacione mreže i usluge iz 2018 godine propisano da „ kao potencijalna sila u tržišnom natjecanju s postojećim maloprodajnim komunikacijskim uslugama pojavile su se takozvane „over-the-top“ (OTT) usluge ili drugi komunikacijski</p>	<p>funkcionalnostima, zamjenom za javno dostupne telefonske usluge pa samim tim ni dijelom opsega usluga u definicijama relevantnih maloprodajnih ili veleprodajnih tržišta, što i ističe u Eksplanatornom dokumentu SWD(2020) 337 uz važeću Preporuku Evropske komisije o relevantnim tržištima iz 2020.godine.</p> <p>U svom komentaru Crnogorski Telekom se poziva na tačku 36 Smjernica za analizu tržišta i ocjenu značajne tržišne snage na temelju regulatornog okvira EU-a za elektronske komunikacione mreže i usluge iz 2018 godine gdje je propisano da “ kao potencijalna sila u tržišnom natjecanju sa postojećim maloprodajnim komunikacijskim uslugama pojavile su se takozvane „over-the-top“ (OTT) usluge ili drugi komunikacijski putovi povezani s internetom. Stoga bi državna regulatorna tijela trebala ocijeniti mogu li se, na osnovi usmjerenoj prema budućnosti, u okviru takvih usluga ponuditi proizvodi koji će djelimično ili potpuno zamijeniti tradicionalne telekomunikacione usluge“. Agencija je u nacrtima Testa tri kriterijuma na Maloprodajnom tržištu pristupa fiksnoj mreži na fiksnoj lokaciji, Maloprodajnom tržištu lokalnih i međumjesnih poziva iz fiksne mreže i Maloprodajnom tržištu međunarodnih poziva</p>
--	---	---

		putovi povezani s internetom. Stoga bi državna regulatorna tijela trebala ocijeniti mogu li se, na osnovi usmjerenoj prema budućnosti, u okviru takvih usluga ponuditi proizvodi koji će djelimično ili potpuno zamijeniti tradicionalne telekomunikacione usluge (36)''.	iz fiksne mreže na fiksnoj lokaciji upravo i pristupila analizi uticaja neupravljanje govorne usluge na fiksne govorne usluge kao indirektnog konkurentskog ograničenja, čime je pristupom usmjerenom prema budućnosti (<i>eng. forward-looking basis</i>) dokazala da ove usluge vrše snažan indirektni konkurentski uticaj usled čega je, pored ostalih uslova, dokazano da predmetna maloprodajna tržišta teže efikasnoj konkurenciji u narednom periodu, te da ne ispunjavaju drugi kriterijum iz Testa tri kriterijuma.
3	„Crnogorski Telekom je jedini operator koji raspolaže pristupnom mrežom baziranoj na kablovima sa bakarnim paricama i kablovima sa optičkim vlaknima putem kojih pruža javne elektronske komunikacione usluge na cjelokupnoj teritoriji Crne Gore. S druge strane, alternativni operatori se dominantno opredjeljuju da uslugu pristupa fiksnoj mreži i usluge govorne telefonije, uz geografska ograničenja, nude krajnjim korisnicima korišćenjem sopstvene pristupne mreže koju realizuju pretežno putem koaksijalnih i/ili optičkih kablova i	Cijenimo potrebnim ukazati na potrebu većeg stepena konsistentne procjene pojedinih kriterijuma kod svih pet dokumenta koji su predmet ovog javnog konsultativnog procesa. Ovdje ukazujemo na jedan zaključak sadržan u tekstu Nacrta koji se odnosi na uslugu međunarodnih poziva iz fiksne mreže (tačka 4.1.1.2. Prisustvo nenadoknadivih troškova na str 45)u kome se kaže sljedeće : „Crnogorski Telekom je jedini operator koji raspolaže pristupnom mrežom baziranoj na kablovima sa bakarnim paricama i kablovima sa optičkim vlaknima putem kojih pruža javne elektronske komunikacione usluge na cjelokupnoj teritoriji Crne Gore. S druge strane, alternativni operatori se	Agencija je prilikom razmatranja podkriterijuma koji se odnose na strukturne barijere u sklopu prvog kriterijuma morala praviti jasnu distinkciju između Veleprodajnog tržišta originacije poziva iz fiksne mreže i Malopordajnih tržišta usluga pristupa i poziva (lokalnih, međumjesnih i međunarodnih) iz fiksne mreže, imajući u vidu razlike u definicijama tih tržišta, razlike u korisnicima usluga tih tržišta (u slučaju veleprodaje su operatori korisnici pristupa mreži operatora, a u slučaju maloprodajnih tržišta krajnji korisnici usluga tih tržišta). Nadalje, istovjetan i konzistentan pristup nije moguć i zbog razlika u stepenu konkurentnosti na pomenutim Veleprodajnom i Maloprodajnim tržištima i na kraju razlika u smislu prisustva,

<p>u manjoj mjeri preko fiksnog bežičnog pristupa.</p> <p>Kako ulazak alternativnih operatora u ranijem periodu nije onemogućen značajnim troškovima i vremenom potrebnim da se izgrade alternativne mreže da bi se uspješno takmičile sa mrežom Crnogorskog Telekoma kao aktuelnog operatora sa značajnom tržišnom snagom, Agencija ocjenjuje da navedene činjenice ukazuju da prisustvo nepovratnih troškova ne predstavlja značajnu prepreku za ulazak na tržište maloprodajnih usluga."</p> <p>S druge strane u dokumentu Nacrta testa tri kriterijuma koji se odnosi na pozive koji potiču iz fiksne mreže na str 47 stoji sljedeće:</p> <p>„Crnogorski Telekom je jedini operator koji raspolaže pristupnom mrežom baziranoj na kablovima sa bakrnim paricama i kablovima sa optičkim vlaknima putem kojih pruža javne elektronske komunikacione usluge na cjelokupnoj teritoriji Crne Gore.</p>	<p>dominantno opredjeljuju da uslugu pristupa fiksnoj mreži i usluge govorne telefonije, uz geografska ograničenja, nude krajnjim korisnicima korišćenjem sopstvene pristupne mreže koju realizuju pretežno putem koaksijalnih i/ili optičkih kablova i u manjoj mjeri preko fiksnog bežičnog pristupa.</p> <p>Kako ulazak alternativnih operatora u ranijem periodu nije onemogućen značajnim troškovima i vremenom potrebnim da se izgrade alternativne mreže da bi se uspješno takmičile sa mrežom Crnogorskog Telekoma kao aktuelnog operatora sa značajnom tržišnom snagom, Agencija ocjenjuje da navedene činjenice ukazuju da prisustvo nepovratnih troškova ne predstavlja značajnu prepreku za ulazak na tržište maloprodajnih usluga."</p> <p>S druge strane u dokumentu Nacrta testa tri kriterijuma koji se odnosi na pozive koji potiču iz fiksne mreže na str 47 stoji sljedeće:</p> <p>„Crnogorski Telekom je jedini operator koji raspolaže pristupnom mrežom baziranoj na kablovima sa bakrnim paricama i kablovima sa optičkim vlaknima putem kojih pruža javne elektronske komunikacione usluge na cjelokupnoj teritoriji Crne Gore.</p>	<p>odnosno odsustva strukturnih barijera za ulazak konkurencije na istim.</p> <p>U Preporuci Evropske komisije o relevantnim tržištima iz 2014.godine se navodi da "strukturne barijere za ulazak na tržište proizilaze iz originalnih troškova ili uslova tražnje koji stvaraju asimetrične uslove na način da postojeći ometaju ili spriječavaju ulazak novih učesnika na predmetno relevantno tržište".</p> <p>S obzirom da Crnogorski Telekom osporava zaključak Agencije u pogledu prisustva ispunjenosti prvog kriterijuma u sprovedenom Testu tri kriterijuma na Veleprodajnom tržištu originacije poziva iz fiksnih mreža, ponovićemo neke od konstatacija sadržane u dokumentu.</p> <p>Veleprodajna usluga originacije poziva iz fiksne mreže Crnogorskog Telekoma podliježe direktnom konkurentskom pritisku jedino od usluga samosnadbijevanja (<i>eng.self supply</i>) alternativnih operatora koji na maloprodajnom nivou pružaju usluge pristupa i usluge govornih poziva iz fiksne mreže.</p> <p><u>U okviru pokriterijuma Nadzor infrastrukture koju nije lako replicirati</u>, Agencija je zaključila: "Uzimajući u obzir geografsku</p>
--	---	---

	<p>S obzirom da je operatorima otežano izgraditi novu infrastrukturu sa nacionalnom pokrivenošću za pružanje usluge započinjanja (originacije) poziva iz javnih komunikacionih mreža koja se pruža na fiksnoj lokaciji, prvenstveno zbog visokih nenadoknadivih troškova i potrebnog vremena izgradnje infrastrukture, Agencija smatra da je prisustvo nenadoknadivih troškova strukturalna prepreka razvoju konkurencije na ovom tržištu.”</p>	<p>S obzirom da je operatorima otežano izgraditi novu infrastrukturu sa nacionalnom pokrivenošću za pružanje usluge započinjanja (originacije) poziva iz javnih komunikacionih mreža koja se pruža na fiksnoj lokaciji, prvenstveno zbog visokih nenadoknadivih troškova i potrebnog vremena izgradnje infrastrukture, Agencija smatra da je prisustvo nenadoknadivih troškova strukturalna prepreka razvoju konkurencije na ovom tržištu.”</p> <p>Kako je u pitanju ista mreža i isti učesnici na tržištu i na kraju u oba slučaja u pitanju su pozivi iz fiksne mreže, smatramo da , nezavisno od toga da li je tržište veleprodajno ili maloprodajno, ova konstatacija mora biti istovjetna u svim dokumentima, a jasno je da je zaključak u dokumentu testa tri kriterijuma koji se odnosi na međunarodne pozive ima uporište u stvarnoj situaciji na tržištu elektronskih komunikacija u Crnoj Gori.</p> <p>Kako je kriterijum „prisustvo nenadoknadivih troškova,, veoma važan segment za ocjenu ispunjenosti prvog kriterijuma testa onda predlažemo da Agencija u finalnom dokumentu donese drugačiji zaključak u pogledu ispunjenosti</p>	<p>rasprostranjenost pristupne mrežne infrastrukture Crnogorskog Telekom-a i činjenicu da je ista izgrađivana tokom dugog vremenskog perioda, repliciranje pristupne (mrežne) infrastrukture Crnogorskog Telekoma nije ekonomski opravdano. Pored toga, Agencija smatra da postojanje veleprodajnih ponuda, na bazi kojih ostali operatori mogu krajnjim korisnicima ponuditi javno dostupnu telefonsku uslugu, samo djelimično ublažava, ali ne i uklanja u potpunosti visoke i trajne strukturalne prepreke ulasku operatora na ovo relevantno tržište“.</p> <p>Agencija, naime, ne osporava činjenicu da je razvoj alternativnih mreža, kao što su kablovske i optičke mreže, umanjio “zavisnost“ potencijalnog operatora od mreže Crnogorskog Telekoma, međutim iste imaju ograničenu nacionalnu pokrivenost, a iz ugla potencijalnog operatora i ograničeni kapacitet da ponude usluge originacije poziva za <i>standalone</i> fiksne telefonske usluge. Stoga je Agencija zaključila da se potencijalni tražilac usluge originacije poziva, u slučaju malog ali neznatnog povećanja veleprodajne cijene usluge originacije poziva iz mreže Crnogorskog Telekom-a, ne bi preorijentisao na korišćenje veleprodajne usluge originacije poziva iz mreža alternativnih operatora iz razloga ograničene geografske</p>
--	---	--	---

		<p>tog kriterijuma tj donese zaključak da prvi kriterijum za veleprodajno tržište poziva koji originaraju iz fiksne meže nije zadovoljen. Ovo stoga što je u dokumentu jedino kod tog potkriterijuma od svih potkriterijuma koji su ocjenjivani u okviru segmenta „strukturne barijere ulaska na tržište“, konstatovno da je to preperka razvoju konkurencije na tržištu. Kod ostalih segmenta: ekonomija obima, ekonomija širine, stepen vertikalne integracije, tehnološke prednosti, stepen diversifikacije usluga i preperke za kranje korisnike da predju na mrežu drugog operatora, to nije utvrđeno niti postoje objektivni uslovi da se to utvrdi. Čak ni kod segmenta „nadzor infrastrukture koju nije lako replicirati,, to nije konstatovano jer godinama svjedočimo trendu izgradnje i razvoja sopstvenih mreža alternativnih operatora na koji i Agencija ukazuje u dokumentima koji su predmet ovog konsultativnog procesa.</p> <p>Naravno, generalno posmatrano, izgradnja mreže uzrokuje visoke investicije na čiji se povrat teško može računati u razumnom vremenskom periodu, ali primjer crnogorskog tržišta pokazuje da su dostupni različiti modeli saradnje na polju zajedničkog korišćenja infrastrukture koji čine da situacija</p>	<p>pokrivenosti i dodatnih troškova koje bi prouzrokovala takva preorijentacija.</p> <p>Nadalje, <u>u pogledu podkriterijuma Prisustvo nenadoknadivih troškova</u> Agencija je istakla činjenicu da je Crnogorski Telekom vlasnik elektronske komunikacione infrastrukture i mreže, dok je Mtel vlasnik elektronske komunikacione mreže koju uglavnom postavlja na sopstvenoj ali u većoj mjeri na iznajmljenoj infrastrukturi (tk kanalizaciji Crnogorskog Telekoma i Komunalnih usluga, kao i stubovima CEDIS-a i Komunalnih usluga).</p> <p>S obzirom da je alternativnim operatorima otežano izgraditi infrastrukturu sa nacionalnom pokrivenošću za pružanje usluge originacije poziva iz javnih komunikacionih mreža, prvenstveno zbog visokih nenadoknadivih troškova i potrebnog vremena izgradnje infrastrukture, Agencija je zaključila da je prisustvo nenadoknadivih troškova strukturalna preperka razvoju konkurencije na ovom tržištu.</p> <p>Na kraju, Crnogorski Telekom je jedini operator koji pruža relevantnu uslugu ovog veleprodajnog tržišta, a i na maloprodajnim relevantnim tržištima ima veću pretplatničku bazu koja generiše najveći obim saobraćaja, čime ostvaruje prednosti <u>prema pokriterijumu</u></p>
--	--	--	---

		<p>sa povratom investicija ne mora biti neminovna takva, tako da generalno ne postoje snažne barijere za ulazak na tržište usluga koje se pružaju putem fiksne mreže.</p>	<p><u>ekonomije obima</u> u odnosu na alternativne operatore.</p> <p>Sve navedeno potvrđuje stav Agencije o prisustvu visokih strukturnih barijera ulasku na relevantno Veleprodajno tržište originacije poziva iz fiksne mreže.</p>
4.	<p>“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 koordinirane antikonkurentne aktivnosti.”</p>	<p>Smatramo da se taj dio teksta mora isključiti iz konstatcije jer antikonkurentna praksa nije utvrđena, već samo postoji mogućnost kada na tržištu djeluje vertikalno integrisani operator.</p> <p>Slične konstatacije koordiniranog ponašanja operatora spomenute su na str. 56 , 58 kao i na strani 60 istog dokumenta iz čega se može zaključiti da je Agencija stava da zaista postoje koordinirane aktivnosti, a u stvari je riječ pretpostavkama da se one mogu desiti s obzirom na simetričnu poziciju postojećih operatora ali ne i da se takva aktivnost dešava. Stoga je potrebno prilikom pripreme finalnog dokumenta brisati takve konstatacije koje insinuiraju postojanje antikonkurentne prakse, već umjesto toga treba konstatovati da samo postoji potencijal za njih, ne i da se one dešavaju.</p>	<p>Agencija djelimično uvažava sugestiju Crnogorskog Telekoma. Naime, Agencija je konstatovala da “ postojeći mobilni operatori bi se mogli ravnopravno takmičiti po ovom pitanju jer svaki pojedinačni operator bi mogao podjednako iskoristiti tržišnu snagu i primjenjivati antikonkurentsku praksu vertikalnog prenošenja značajne snage sa uzlaznih veleprodajnih (<i>eng.upstream</i>) do silaznih maloprodajnih (<i>eng.downstream</i>) tržišta“, čime je ukazano da postoji mogućnost ali da u tom smislu antikonkurentna praksa nije utvrđena.</p> <p>Međutim, Agencija je saglasna sa drugom primjedbom da je <u>potencijalno prisustvo</u> koordiniranih aktivnosti operatora koje može proisteci iz simetrične pozicije operatora dovoljno kod ocjene drugog kriterijuma, odnosno ocjene da li relevantno tržište teži efikasnoj konkurenciji. Agencija će u tom smislu napraviti korekciju u Testu veleprodajnog tržišta pristupa i originacije poziva iz mobilnih mreža.</p>

