



CRNA GORA  
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE  
I POŠTANSKU DJELATNOST

## **ANALIZA**

**MALOPRODAJNOG TRŽIŠTA JAVNO DOSTUPNE USLUGE LOKALNIH I  
MEĐUMJESNIH POZIVA ZA PRAVNA I FIZIČKA LICA, KOJA SE PRUŽA NA  
FIKSNOJ LOKACIJI**

**Podgorica, decembar 2019. godine**

# Sadržaj

1.	REZIME.....	4
2.	UVOD .....	7
2.1	REGULATORNI OKVIR EVROPSKE UNIJE ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE.....	7
2.2	PRAVNI OSNOV ZA SPROVOĐENJE TESTA TRI KRITERIJUMA.....	9
2.3	SARADNJA SA AGENCIJOM ZA ZAŠTITU KONKURENCIJE.....	10
2.4	HRONOLOŠKI REDOSLIJED AKTIVNOSTI AGENCIJE U POSTUPKU SPROVOĐENJA TESTA TRI KRITERIJUMA .....	11
3.	DEFINICIJA RELEVANTNOG TRŽIŠTA USLUGA .....	13
4.	ODREĐIVANJE GRANICA RELEVANTNOG TRŽIŠTA ZA POTREBE SPROVOĐENJA TESTA TRI KRITERIJUMA.....	14
4.1	OPIS POSTUPKA DEFINISANJA TRŽIŠTA .....	14
4.2	RELEVANTNO TRŽIŠTE .....	15
4.2.1	Karakteristike tržišta .....	16
4.2.2	Relevantno tržište u dimenziji usluga .....	18
4.2.3	Definicija relevantnog tržišta usluga .....	18
4.2.4	Analiza stepena supstitucije na strani tražnje/ponude.....	19
4.2.5	Supstituti pozivima koji potiču iz fiksnih komunikacionih mreža .....	20
4.2.5.1	Pozivi iz mobilnih mreža.....	20
4.2.5.2	Pozivi putem usluge izbora/predizbora operatora .....	22
4.2.5.3	Pozivi putem internet protokola (VoIP) .....	23
4.2.6	Određivanje tržišta prema vrstama poziva .....	24
4.2.6.1	Lokalni/ međumjesni i međunarodni pozivi.....	24
4.2.6.2	Pozivi prema brojevima u fiksnim mrežama i pozivi prema brojevima u mobilnim mrežama .....	25
4.2.6.3	Pozivi prema geografskim i negeografskim brojevima .....	26
4.2.6.4	Fizička i pravna lica.....	27
4.2.7	Zamjenjivost na strani ponude .....	27
4.3	GEOGRAFSKA DIMENZIJA RELEVANTNOG TRŽIŠTA .....	28
4.4	ZAKLJUČAK AGENCIJE O ODREĐIVANJU RELEVANTNOG TRŽIŠTA .....	28
5.	TEST TRI KRITERIJUMA.....	29
5.1	PRVI KRITERIJUM: POSTOJANJE SNAŽNIH I TRAJNIH BARIJERA ZA ULAZAK NA TRŽIŠTE, STRUKTURNE, PRAVNE ILI REGULATORNE PRIRODE .....	30
5.1.1	Strukturne prepreke ulaska na tržište.....	30
5.1.2	Pravne ili regulatorne prepreke ulaska na tržište .....	33
5.1.3	Zaključak o prvom kriterijumu .....	34
5.2	DRUGI KRITERIJUM: STRUKTURA TRŽIŠTA NE POKAZUJE TENDENCIJE RAZVOJA EFIKASNE TRŽIŠNE KONKURENCIJE U ODGOVARAJUĆEM VREMENSKOM PERIODU, NE DUŽEM OD TRI GODINE .....	34
5.2.1	Zaključak o drugom kriterijumu .....	41
5.3	TREĆI KRITERIJUM: PRIMJENA PROPISA KOJIMA SE UREĐUJE ZAŠTITA KONKURENCIJE NE OBEZBJEĐUJE EFIKASNO OTKLANJANJE NEDOSTATAKA NA TRŽIŠTU .....	41
5.3.1	Zaključak o trećem kriterijumu .....	43
5.4	MIŠLJENJE NADLEŽNOG REGULATORNOG TIJELA O UTVRĐIVANJU JE LI RELEVANTNO TRŽIŠTE PODLOŽNO PRETHODNOJ REGULACIJI ..	43
6.	ANALIZA RELEVANTNOG TRŽIŠTA .....	45
6.1	TRŽIŠNI UDIO OPERATORA NA RELEVANTNOM TRŽIŠTU I IZMJENE U STRUKTURI U DUŽEM VREMENSKOM PERIODU .....	46
6.2	BARIJERE ZA ULAZAK NA RELEVANTNO TRŽIŠTE I UTICAJ POTENCIJALNE KONKURENCIJE NA TOM TRŽIŠTU .....	48
6.3	STEPEN DIVERZIFIKACIJE USLUGA.....	50
6.4	EKONOMIJA OBIMA I EKONOMIJA ŠIRINE .....	52
6.5	STEPEN VERTIKALNE INTEGRACIJE.....	53
6.6	ZAKLJUČAK O PROCJENI POSTOJANJA OPERATORA SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM.....	53
7.	PREPREKE RAZVOJU KONKURENCIJE .....	54
7.1	TRŽIŠNA DIMENZIJA PREPREKA RAZVOJU KONKURENCIJE .....	55
7.1.1	Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage.....	55
7.1.2	Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage .....	57
7.1.3	Značajna tržišna snaga na pojedinom/jednom tržištu .....	57
7.1.4	Završavanje (terminacija) poziva .....	59
7.2	UZROČNO POSLEDIČNA DIMENZIJA PREPREKA RAZVOJU TRŽIŠNE KONKURENCIJE .....	59
7.3	PREGLED PREPREKA RAZVOJU EFIKASNOG TRŽIŠNOG NADMETANJA PREPOZNATIH U EVROPSKOJ PRAKSI.....	60

7.4	PREPREKE RAZVOJU EFIKASNOG TRŽIŠNOG NADMETANJA NA MALOPRODAJNOM TRŽIŠTU JAVNO DOSTUPNE USLUGE LOKALNIH I MEĐUMJESNIH POZIVA ZA PRAVNA I FIZIČKA LICA, KOJA SE PRUŽA NA FIKSNOJ LOKACIJI .....	61
7.4.1	Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage .....	62
7.4.2	Značajna tržišna snaga na jednom tržištu .....	62
7.4.2.1	Otežavanje ulaska primjenom ekonomije obima i/ili širine .....	62
7.4.2.2	Iskorištavanje korisnika .....	63
8.	PROCJENA EFEKATA IMPLEMENTACIJE RANIJE PROPISANIH REGULATORNIH OBAVEZA .....	65
8.1	PRAVNI OSNOV .....	65
8.2	VAŽEĆE REGULATORNE OBAVEZE .....	65
8.2.1	Usporedni pregled cijena usluga lokalnih, međumjesnih poziva, poziva ka drugim fiksnim mrežama i poziva ka mobilnim mrežama, rezultata troškovnog modela, prosjeka u regionu i državama članicama EU .....	67
8.2.2	Aktivnosti Agencije na regulaciji cijena usluga lokalnih, međumjesnih poziva, poziva ka drugim fiksnim mrežama i poziva ka mobilnim mrežama, rezultata troškovnog modela, prosjeka u regionu i državama članicama EU .....	68
9.	ODREĐIVANJE REGULATORNIH OBAVEZA ZA OPERATORE SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM .....	70
9.1	OBAVEZE NA VELEPRODAJNOM NIVOU .....	71
9.1.1	Obaveza mogućnosti izbora/predizbora operatora .....	71
9.1.2	Obaveza iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou (eng. Wholesale line rental) .....	73
9.2	OBAVEZE NA MALOPRODAJNOM NIVOU .....	76
9.2.1	Odvojeno vođenje računovodstvenih evidencija .....	76
9.2.2	Obaveza regulacije cijena maloprodajnih usluga .....	77
10.	PRILOG 1 Mišljenje Agencije za zaštitu konkurencije na nacrt testa tri kritirijuma na relevantnim tržištima .....	81

## 1. REZIME

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

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

Agencija je u sprovođenju postupka analize tržišta, koji je propisan članom 64 Zakona o elektronskim komunikacijama, 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 važećom 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 ovlašćenja sama da utvrde, imajući u vidu specifičnosti nacionalnih tržišta, da su pojedina tržišta van liste iz Preporuke relevantna tržišta, podložna *ex-ante* regulaciji, ali uz uslov da se dokaže da su na tim tržištima istovremeno zadovoljeni uslovi Testa tri kriterijuma.

S obzirom da *Maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji* nije sastavni dio važeće Preporuke Evropske komisije, Agencija ga može prethodno regulisati jedino u slučaju da su istovremeno zadovoljena tri kriterijuma navedena u članu 65 stav 3 Zakona o elektronskim komunikacijama.

Agencija je pripremila upitnik koji se odnosi na tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji. Upitnikom su specificirani tehnički, statistički, operativni i finansijski podaci koji se odnose na period od poslednje tri godine od 2016. do 2018. godine (na polugodišnjoj osnovi) neophodni za sprovođenje postupka definisanja tržišta i sprovođenja testa tri kriterijuma. Upitnici su dostavljeni operatorima na popunjavanje.

---

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

Nakon prijema popunjenih Upitnika, Agencija je otpočela sprovođenje provjere Testa tri kriterijuma na tržištu javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji. Osim podataka iz upitnika Agencija je koristila i podatke koji su joj na raspolaganju, a koje operatori u okviru redovnih izvještaja dostavljaju Agenciji.

Prema mišljenju Agencije Test tri kriterijuma, shodno članu 65 Zakona o elektronskim komunikacijama, je zadovoljen na maloprodajnom tržištu javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji, stoga je ovo tržište podložno prethodnoj (*ex-ante*) regulaciji.

Nakon postupka provjere ispunjenosti uslova iz Testa tri kriterijuma Agencija je dokazala da su kumulativno ispunjeni uslovi iz Testa, te da je predmetno relevantno tržište podložno *ex ante* regulaciji. Agencija je sprovela javni konsultativni postupak povodom Nacrta dokumenata o sprovedenom Testu tri kriterijuma napredmetnom relevantnom tržištu. Nadalje, Agencija je, nakon prijema primjedbi, komentara i sugestija operatora u javnom konsultativnom postupku, pripremila Pregled odgovora na iste i pristupila sprovođenju postupka analize relevantnih tržišta.

Nakon sprovedenog testa tri kriterijuma slijedi dio koji se bavi analizom relevantnog tržišta sa ciljem da se utvrdi da li postoje faktori koji bi spriječili ili narušili konkurenciju, odnosno da li postoje operatori koji imaju značajnu tržišnu snagu na relevantnom tržištu.

Za potrebe ocjene postojanja značajne tržišne snage na *Maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji*, Agencija je kao najznačajnije istakla i analizirala sljedeće kriterijume:

- 1) tržišni udio operatora na relevantnom tržištu i izmjene u strukturi u dužem vremenskom periodu;
- 2) barijere za ulazak na relevantno tržište i uticaj potencijalne konkurencije na tom tržištu;
- 3) stepen diverzifikacije usluga;
- 4) ekonomija obima i ekonomija širine;
- 5) stepen vertikalne integracije.

Na osnovu analize prethodno navedenih kriterijuma za utvrđivanje značajne tržišne snage na *Maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji*, Agencija zaključuje da na posmatranom tržištu Crnogorski Telekom ad Podgorica je operator sa značajnom tržišnom snagom.

U dijelu koji govori o preprekama u razvoju tržišne konkurencije analizirana su moguća ponašanja operatora sa značajnom tržišnom snagom koja mogu da budu usmjerena na izbacivanje postojećih konkurenata sa tržišta, sprečavanje ulaska novih konkurenata na tržište, kao i ponašanja koja mogu da štete interesima krajnjih korisnika.

Za identifikovanog operatora sa značajnom tržišnom snagom, Agencija je, uvažavajući relativnu snagu operatora i moguće prepreke za razvoj tržišne konkurencije, utvrdila moguće obaveze koje je podijelila na obaveze na veleprodajnom nivou i obaveze na malopšrodajnom nivou.

Obaveze Crnogorskog Telekom-a na veleprodajnom nivou su:

1. Obaveza mogućnosti izbora/predizbora operatora
  - a. Obaveza objavljivanja podataka;
  - b. Obaveza obezbjeđivanja nediskriminatornosti;
  - c. Obaveza kontrole cijena i troškovno računovodstvo;
  - d. Obaveza odvojenog vođenja računovodstvenih evidencija.
  
2. Obaveza iznajmljivanja linija na veleprodajnom nivou
  - a. Obaveza objavljivanja podataka;
  - b. Obaveza obezbjeđivanja nediskriminatornosti;
  - c. Obaveza kontrole cijena i troškovno računovodstvo;
  - d. Obaveza odvojenog vođenja računovodstvenih evidencija.

Obaveze Crnogorskog Telekom-a na maloprodajnom nivou su:

1. Obaveza odvojenog vođenja računovodstvenih evidencija.
2. Obaveza regulacije cijena maloprodajnih usluga:
  - a. Zabrana obračunavanje previsokih cijena;
  - b. Zabrana ometanje ulaska na tržište;
  - c. Zabrana ograničavanje konkurencije određivanjem preniskih cijena;
  - d. Zabrana davanje neopravdanih prednosti određenom krajnjem korisniku;
  - e. Zabrana neosnovano povezivanje određenih usluga.

## 2. UVOD

### 2.1 Regulatorni okvir Evropske unije za elektronske komunikacije

Postojeći regulatorni okvir Evropske unije iz 2002. godine, koji je dopunjen i izmijenjen 2009. 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 EU danas predstavlja regulatorni model koji je prihvaćen kao najbolji poznati model i u mnogim zemljama koje nijesu članice Evropske unije, među kojima je i Crna Gora. Regulatorni okvir je u skladu sa tendencijom konvergencije i obuhvata sve mreže i usluge elektronskih komunikacija. Regulatorni okvir Evropske unije iz 2002. godine, sadrži sljedeće direktive:

- Direktiva Evropske komisije o zajedničkom regulatornom okviru za elektronske komunikacione mreže i usluge („Okvirna direktiva“)<sup>2</sup>;
- Direktiva Evropske komisije o pristupu i interkonekciju elektronskih komunikacionih mreža i pripadajućih kapaciteta („Direktiva o pristupu“)<sup>3</sup>;
- Direktiva Evropske komisije o odobrenju na području elektronskih komunikacionih mreža i usluga („Direktiva o odobrenju“)<sup>4</sup>;
- Direktiva Evropske komisije o univerzalnom servisu i pravima korisnika vezanim za elektronske komunikacione mreže i usluge („Direktiva o univerzalnom servisu“)<sup>5</sup>;
- Direktiva Evropske komisije o zaštiti privatnosti i povjerljivosti komunikacija u sektoru elektronskih komunikacija („Direktiva o privatnosti u elektronskim komunikacijama“)<sup>6</sup>.

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

- Uredba 1211/2009 o uspostavljanju Tijela evropskih regulatora za elektronske komunikacije (BEREC)<sup>7</sup>;
- Direktiva 2009/136/EC kojom se mijenjaju Direktiva 2002/22/EC o univerzalnom servisu, Direktiva 2002/58/EC o korišćenju podataka o ličnosti i Pravilnik 2006/2004 o saradnji nacionalnih organa nadležnih za primjenu propisa o zaštiti prava potrošača – Direktiva o pravima građana<sup>8</sup>;

---

<sup>2</sup> Directive 2002/21/EC Framework Directive (OJ of the EC L 108/33 from 24.04.2002).

<sup>3</sup> Directive 2002/19/EC Access Directive (OJ of the EC L 108/7 from 24.04.2002).

<sup>4</sup> Directive 2002/20/EC Authorisation Directive (OJ of the EC L 108/21 from 24.04.2002).

<sup>5</sup> Directive 2002/22/EC Universal Service Directive (OJ of the EC L 108/51 from 24.04.2002).

<sup>6</sup> Directive 2002/58/EC Directive on Privacy and electronic communications (OJ of the EC L 201/37 from 31.07.2002).

<sup>7</sup> Regulation (EC) No 1211/2009 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009, establishing the Body of European Regulators for Electronic Communications (BEREC) and the Office.

<sup>8</sup> Directive 2009/136/EC of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009, amending Directive 2002/22/EC on universal service and users' rights relating to electronic communications networks and services, Directive 2002/58/EC concerning the processing of personal data and the protection of privacy in the electronic communications sector and Regulation (EC) No 2006/2004 on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws.

- Direktiva 2009/140/EC, kojom se mijenjaju Direktiva 2002/21/EC o zajedničkom okviru, Direktiva 2002/19/EC o pristupu i interkonenciji i Direktiva 2002/20/EC o izdavanju odobrenja za mreže i usluge – Direktiva o boljoj regulaciji<sup>9</sup>.

Evropska Komisija je 2002. godine objavila Smjernice za nacionalna regulatorna tijela o definisanju i analizi relevantnih tržišta<sup>10</sup>, utvrđivanju statusa operatora sa značajnom tržišnom snagom i nametanju regulatornih obaveza. Osnovna svrha Smjernica je doprinos harmonizaciji primjene regulatornih načela, i konzistentnosti regulacije. Korišćenjem iste metodologije definisanja i analize tržišta obezbjeđuje se da većina tržišta definisanih za potrebe sektorski specifične regulacije odgovaraju definicijama koje bi bile primjenjene saglasno propisima o zaštiti konkurencije.

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

- Preporuku (2003/311/EC)<sup>11</sup> o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja je sadržala 18 tržišta koja podliježu *ex-ante* regulaciji, a koja je zamijenjena i
- Preporuku (2007/879/EC)<sup>12</sup> o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja sadrži 7 tržišta koja podliježu *ex-ante* regulaciji.

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

Evropska komisija je 9. oktobra 2014. godine usvojila Preporuku (2014/710/EC)<sup>13</sup> o relevantnim tržištima na području 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.

---

<sup>9</sup> Directive 2009/140/EC of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009, amending Directives 2002/21/EC on a common regulatory framework for electronic communications networks and services, 2002/19/EC on access to, and interconnection of, electronic communications networks and associated facilities, and 2002/20/EC on the authorisation of electronic communications networks and services.

<sup>10</sup> Commission guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the Community regulatory framework for electronic communications networks and services (OJ of the EC C 165/6 from 11.07.2002).

<sup>11</sup> Commission recommendation on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to *ex ante* regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communication networks and services (OJ of the EC L 114/456 from 08.05.2003).

<sup>12</sup> Commission recommendation of 17 December 2007 on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to *ex ante* regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communications networks and services.

<sup>13</sup> Commission recommendation on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to *ex ante* regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communication networks and services (OJ of the EC 2014/710 from 9 October 2014).



Tržišta obuhvaćena važećom 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 ovlašćenja sama da utvrde, imajući u vidu specifičnosti nacionalnih tržišta, da su pojedina tržišta koja nijesu definisana Preporukom, podložna *ex-ante* regulaciji, ali uz uslov da se dokaže da su na tim tržištima istovremeno zadovoljeni uslovi Testa tri kriterijuma.

## 2.2 Pravni osnov za sprovođenje Testa tri kriterijuma

Prethodno navedene direktive implementirane su u crnogorsko zakonodavstvo kroz Zakon o elektronskim komunikacijama kojim je u članu 11 utvrđena je, 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 Zakonu o elektronskim komunikacijama u Poglavlju VI (članovi 63 – 78) definisan je postupak analize tržišta usluga elektronskih komunikacija, određivanja i analize relevantnih tržišta, određivanje operatora sa značajnom snagom i nalaganje obaveza, kao i skup obaveza koje se mogu naložiti operatoru sa značajnom tržišnom snagom. Osnovni cilj postupka analize tržišta je utvrđivanje efikasnosti tržišne konkurencije na tom tržištu, tj. postojanje jednog ili više operatora koji imaju značajnu ili zajedničku značajnu tržišnu snagu na relevantnom tržištu. Na osnovu rezultata sprovedene analize ili Testa tri kriterijuma određuju se, zadržavaju, mijenjaju ili ukidaju mjere iz članova 71 do 75 Zakona o elektronskim komunikacijama, pri čemu Agencija uzima u obzir načelo racionalnosti i proporcionalnosti, uz obrazloženje naređenih mjera.

Zakonom o elektronskim komunikacijama propisano je 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 od 2014. godine.

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 Zakona o elektronskim komunikacijama, Agencija je u mogućnosti da vrši *ex-ante* regulaciju, kako preostalih tržišta koja su bila sastavni dio stare Preporuke o relevantnim tržištima, tako i bilo kojih drugih tržišta koja su specifična za područje elektronskih komunikacionih mreža i usluga u Crnoj Gori.

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 s Agencijom za zaštitu konkurencije, ocijeniti efikasnost tržišne konkurencije na tom tržištu.

Agencija će u slučaju nedostatka efikasne tržišne konkurencije, a u skladu sa Zakonom o elektronskim komunikacijama, procijeniti postoji li na tom relevantnom tržištu jedan ili više operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Shodno članu 69 Zakona o elektronskim komunikacijama, 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 75 ovog zakona, uz primjenu načela racionalnosti i proporcionalnosti.

Na osnovu Zakona o elektronskim komunikacijama, a u vezi sa tačkom 3 Odluke o relevantnim tržištima (Službeni list Crne Gore, broj: 02/17), po pribavljenom mišljenju Agencije za zaštitu konkurencije, a nakon sprovedenog konsultativnog procesa, Savjet Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost je donio Odluku o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma sa ciljem dokazivanja opravdanosti dalje primjene prethodne regulacije (Službeni list Crne Gore, broj: 031/19 od 03.06.2019 godine), kojom odlukom je predviđena izrada testa tri kriteijuma i na maloprodajnom tržištu javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji

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

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

Na osnovu člana 11 tačka 18, člana 14 stav 1 tačka 6, člana 62, 63, 64, 65 i 66 Zakona o elektronskim komunikacijama (Službeni list Crne Gore, broj: 40/13, 56/13 i 2/17), a u vezi sa tačkom 3 Odluke o relevantnim tržištima (Službeni list Crne Gore, broj: 02/17), po pribavljenom mišljenju Agencije za zaštitu konkurencije broj 02/378/2-19, a nakon sprovedenog konsultativnog procesa, Savjet Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost je donio Odluku o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma sa ciljem dokazivanja opravdanosti dalje primjene prethodne regulacije (Službeni list Crne Gore, broj: 031/19 od 03.06.2019 godine).

## 2.4 Hronološki redosljed aktivnosti Agencije u postupku sprovođenja Testa tri kriterijuma

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 donio Odluku o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma sa ciljem dokazivanja opravdanosti dalje primjene prethodne regulacije (Službeni list Crne Gore, broj: 031/19 od 03.06.2019 godine). Ovom odlukom je predviđena provjera ispunjenosti testa tri kriterijuma sa ciljem dokazivanja opravdanosti dalje primjene prethodne regulacije, između ostalih, i na maloprodajnom tržištu javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji

Pripremljen je upitnik koji se odnosi na predmetne usluge. Upitnikom su specificirani tehnički, statistički, operativni i finansijski podaci koji se odnose na period od posljednje tri godine od 2016. do 2018. godine (na polugodišnjoj osnovi) neophodni za sprovođenje postupka definisanja relevantnog tržišta i provjere ispunjenosti uslova iz Testa tri kriterijuma.

- Agencija je uputila Upitnike dana 11.06.2019. godine, u pisanom i elektronskom obliku, operatorima koji su upisani u Registar operatora u posmatranom periodu i koji pružaju javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji Rok za dostavljanje odgovora po Upitnicima je bio sedam dana od dana prijema upitnika.
- Agencija se koristila i podacima koji su joj na raspolaganju, a koje operatori u okviru redovnih izvještaja dostavljaju Agenciji.

Pregled operatora javnih elektronskih komunikacionih mreža i usluga kojima su upućeni upitnici, je prikazan u sljedećoj tabeli:

R. Br.	Naziv operatora	Datum upućivanja upitnika / Datum dostavljanja popunjenog upitnika
1.	Crnogorski Telekom a.d. Podgorica	11.06.2019. / Dostavio 24.06.2019.
2.	Telenor d.o.o. Podgorica	11.06.2019. / Dostavio 17.06.2019.
3.	MTEL d.o.o. Podgorica	11.06.2019. / Dostavio 04.07.2019.
4.	Telemach d.o.o. Podgorica	11.06.2019. / Dostavio 17.06.2019
5.	Ipmont d.o.o. Podgorica	11.06.2019. / Dostavio 17.06.2019

Nakon prijema popunjenih upitnika, Agencija je otpočela sprovođenje Testa tri kriterijuma za maloprodajno tržište usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji.

Nakon postupka provjere ispunjenosti uslova iz Testa tri kriterijuma Agencija je dokazala da su kumulativno ispunjeni uslovi iz Testa, te da je predmetno relevantno tržište podložno ex ante regulaciji.

Nakon što je Savjet Agencije usvojio Nacrte tekstova Testa Tri kriterijuma za relevantna tržišta među kojima je i Test tri kriterijuma na maloprodajno tržište usluga lokalnih i međumjesnih

poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji, isti su, kroz javni konsultativni postupak, dostavljeni Agenciji za zaštitu konkurencije i operatorima dana 20.septembra 2019.godine, da kao zainteresovane strane u postupku, dostave svoje komentare i sugestije najkasnije do 21.10.2019.godine, kada je završen javni konsultativni postupak. Agencija za zaštitu konkurencije je dana 08.11.2019.godine dostavila Mišljenje (broj: 0102-7446/1), kojim obavještava Agenciju da je saglasna sa predloženim tekstovima Testa tri kriterijuma na relevantnim tržištima među kojima i za maloprodajno tržište usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji. Predmeno mišljenje je dato u prilogu 1 ovog dokumenta.

Crnogorski Telekom je 21.10.2019.godine dostavio komentare na Testove Tri kriterijuma za relevantna tržišta. Ostali operatori elektronskih komunikacija nijesu uzeli učešća u javnom konsultativnom postupku. Nakon odgovora Agencije Crnogorskom Telekom-u, nastavljen je rad na analizi maloprodajnog tržišta usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji.

### 3. DEFINICIJA RELEVANTNOG TRŽIŠTA USLUGA

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

Na osnovu Zakona o elektronskim komunikacijama, Agencija utvrđuje relevantna tržišta koja su podložna prethodnoj regulaciji, vodeći pritom naročito računa o važećoj Preporuci Evropske komisije.

Isto tako, u skladu sa Zakonom, Agencija može odlukom utvrditi da su i druga relevantna tržišta, osim relevantnih tržišta iz Preporuke Evropske komisije, podložna prethodnoj regulaciji ako su na tim tržištima istovremeno zadovoljena tri kriterijuma.

Na osnovu člana 11 tačka 18, člana 14 stav 1 tačka 6, člana 62, 63, 64, 65 i 66 Zakona o elektronskim komunikacijama (Službeni list Crne Gore, broj: 40/13, 56/13 i 2/17), a u vezi sa tačkom 3 Odluke o relevantnim tržištima (Službeni list Crne Gore, broj: 02/17), po pribavljenom mišljenju Uprave za zaštitu konkurencije broj 02/378/2-19, a nakon sprovedenog konsultativnog procesa, Savjet Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost je donio Odluku o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma sa ciljem dokazivanja opravdanosti dalje primjene prethodne regulacije (Službeni list Crne Gore, broj: 031/19 od 03.06.2019 godine). Ovom odlukom je za relevantno tržište na kome će Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost provjeriti ispunjenost Testa tri kriterijuma određeno, između ostalih i maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji.

S obzirom da navedeno tržište nije dio važeće Preporuke o relevantnim tržištima podložnim prethodnoj regulaciji, potrebno je sprovođenje Testa tri kriterijuma radi ocjene postojanja efikasne konkurencije na relevantnom tržištu.

Utvrđivanje relevantnog tržišta predstavlja osnov za sprovođenje Testa tri kriterijuma, i u slučaju da su sva tri kriterijuma istovremeno zadovoljena, sprovodi se proces analize tržišta, koja se sastoji u određivanju relevantnog tržišta, procjeni postojanja jednog ili više operatora sa značajnom tržišnom snagom na tom tržištu, i određivanju regulatornih obaveza operatorima sa značajnom tržišnom snagom.

## 4. ODREĐIVANJE GRANICA RELEVANTNOG TRŽIŠTA ZA POTREBE SPROVOĐENJA TESTA TRI KRITERIJUMA

### 4.1 Opis postupka definisanja tržišta

U postupku određivanja relevantnog tržišta, odnosno granica relevantnog tržišta, Agencija ima obavezu da odredi relevantno tržište usluga i njegovu geografsku dimenziju, vodeći pritom posebno računa o relevantnim Smjernicama Evropske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage, kao i o relevantnoj pravnoj regulativi Evropske unije iz područja tržišne konkurencije.

Pri određivanju relevantnog tržišta, odnosno dimenzije usluga i geografske dimenzije, polazi se od utvrđivanja supstitucije na strani ponude i supstitucije na strani tražnje. Pomoću supstitucije na strani tražnje utvrđuju se usluge koje korisnici smatraju supstitutima, odnosno zamjenljivim uslugama. Supstitutivna usluga je svaka usluga koja s obzirom na svoja svojstva, cijenu, namjenu i navike korisnika može zamijeniti drugu uslugu i na taj način zadovoljiti istu potrebu korisnika. S druge strane, zamjenjivost na strani ponude ukazuje na spremnost operatora da u kratkom, odnosno srednjem roku ponudi istovjetnu uslugu, bez izlaganja dodatnim troškovima.

Za razliku od potencijalne konkurencije, kod zamjenjivosti na strani ponude operator koji već pruža usluge u tom momentu odmah reaguje na povećanje cijene. Naime, potencijalnim konkurentima treba više vremena kako bi počeli nuditi istovjetnu uslugu na tržištu. U slučaju postojanja supstitucije na strani ponude već aktivni operatori se ne izlažu dodatnim troškovima, a ulazak potencijalnih konkurenata podrazumijeva značajne nenadoknadle troškove (eng. *sunk cost*).

Jedan od načina kojim je moguće procijeniti postojanje zamjenjivosti na strani ponude i tražnje je primjena testa hipotetičkog monopola (hipotetičko povećanje cijene). U skladu sa navedenim testom, postavlja se pitanje šta se događa u situaciji malog, ali značajnog, trajnog povećanja cijena usluge uz pretpostavku da cijene svih drugih usluga ostanu iste, pri čemu se po pravilu u obzir uzima trajni rast cijena od 5% do 10%.

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

Relevantno tržište je skup svih javno ponuđenih elektronskih komunikacionih usluga, koji su po svojim karakteristikama i namjeni međusobno zamjenjivi na određenom geografskom području, pri datom nivou cijena. Saglasno propisima Evropske unije o zaštiti konkurencije, relevantna tržišta imaju dvije dimenzije i to: relevantno tržište usluga i relevantno geografsko tržište.

Osnovna načela definisanja relevantnih tržišta odnose se na analizu stepena supstitucije na strani tražnje, stepena supstitucije na strani ponude i analize potencijalnih konkurentskih pritisaka. Analiza stepena supstitucije na strani tražnje predstavlja utvrđivanje asortimana usluga koje krajnji korisnik može smatrati supstitutivnim uslugama na relevantnom tržištu. Takođe, vrši se analiza može li potencijalni pružalac telekomunikacionih usluga brzo 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 odmah reaguje na povećanje cijene, dok je potencijalnim konkurentima potrebno više vremena i ulaganja za pružanje slične usluge na tržištu.

U svrhu definisanja tržišta koristi se tehnika Hipotetičkog Monopolističkog Testa koja, počevši od najuže moguće definicije tržišta koje se analizira, određuje da li hipotetički monopolista može da sprovede malo ali značajno trajno povećanje cijena, a da pritom ne izgubi dio prihoda, usled preorijentacije krajnjih korisnika ka supstitutivnim uslugama.

Relevantno geografsko tržište predstavlja područje na kome su određeni pružaoci telekomunikacionih usluga uključeni u ponudu i tražnju za uslugama, a gdje su uslovi konkurencije dovoljno homogeni da se to područje razlikuje od susjednih područja.

Relevantno tržište usluga čine oni proizvodi, odnosno usluge, koji su, posmatrano sa pozicije krajnjeg korisnika, međusobno zamjenjivi zbog svojih karakteristika, cijena ili namjene. Jednostavnije rečeno, dimenziju relevantnog tržišta usluga čine svi ponuđeni proizvodi, odnosno usluge koji su po svojim karakteristikama, namjenama i cijenama međusobno zamjenjivi, tako da postoje efekti supstitucije na strani tražnje, na strani ponude ili mogućnost ulaska potencijalne konkurencije.

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.

## **4.2 Relevantno tržište**

Važeća Preporuka Evropske komisije, ne obuhvata maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji kao tržište koje je podložno prethodnoj regulaciji. Evropska komisija je stala da je djelotvornom regulacijom na veleprodajnom nivou, moguće osigurati konkurenciju na maloprodajnom nivou. Međutim, nacionalna regulatorna tijela su ovlašćena i sama da utvrde pojedina tržišta, koja se razlikuju od onih koja su navedena u Preporuci, podložna prethodnoj regulaciji, zavisno od prilika u zemlji, i uz uslov da se dokaže da su na tom tržištu zadovoljena sva tri kriterijuma iz Testa tri kriterijuma.

Agencija će definisati opseg usluga relevantnog maloprodajnog tržišta javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji, odnosno, utvrditi supstitutivne usluge, analizirajući načine putem kojih operatori na maloprodajnom tržištu pružaju ove usluge krajnjem korisniku, pri tom uzimajući u obzir trend razvoja tržišta.

#### 4.2.1 Karakteristike tržišta

U periodu koji je obuhvaćen analizom, na tržištu fiksnih mreža u Crnoj Gori javno dostupnu telefonsku uslugu fiksne telefonije su obavljali sledeći operatori: Crnogorski Telekom ad Podgorica, Mtel doo Podgorica, Telemach doo, Telenor doo Podgorica i IPmont doo Podgorica.

##### **Crnogorski Telekom A.D. Podgorica**

Fiksnu mrežu Crnogorskog Telekoma (CT) čine platforme za prenos govora koje se koriste za pružanje usluge telefonije korisnicima koji se nalaze na fiksnoj lokaciji. Platforme na kojim CT pruža korisnicima ovaj tip usluge su:

- PSTN javna komutirana telefonska mreža (koja se sastoji od dvije međunarodno tranzitne centrale);
- IMS (IP Multimedia Subsystem) – mreža koja se koristi za pružanje različitog skupa usluga koje korisnicima omogućavaju razmjenu multimedijalnog sadržaja. Mreža je standardizovana u skladu sa 3GPP specifikacijama (IMS Release 10). U CT-u se IMS platforma trenutno koristi za pružanje usluge prenosa govora (telefonija) za korisnike fiksne telefonije.

PSTN mreža Crnogorskog Telekoma služi isključivo za potrebe tranzita interkonekcionog saobraćaja. IMS mreža se koristi za pružanje usluga fiksne telefonije ali isto tako omogućuje i čitav skup dodatnih servisa (suplementarnih servise) koji osim funkcionalnosti uspostave telefonskog poziva nude i napredne mogućnosti upravljanja telefonskim pozivima (preusmjeravanje poziva, poziv na čekanju, zabrana dolaznih/odlaznih poziva, itd.). Crnogorski Telekom je u decembru 2011. implementirao funkcionalnost prenosivosti broja (NP - Number Portability) čime je omogućeno rutiranje poziva ka brojevima koji su preneseni iz mreže jednog u mrežu drugog operatora (operatorska prenosivost) kao i ka brojevima koji su sa jednog mrežnog elementa preneseni u drugi mrežni element istog operatora (lokalna prenosivost). Rješenje je implementirano na principu inteligentne mreže (elementi sa SCF i SSF funkcionalnostima).

POTS, ISDN-BA i ISDN-PRA servisi koji su se ranije korisnicima obezbjeđivali na lokalnim centralama PSTN mreže, sada se obezbjeđuju na nivou pristupne mreže. Specifični hardverski resursi u MSAN elementima obezbjeđuju funkcionalnosti POTS, ISDN-BA i ISDN-PRA servisa. Stoga svi navedeni korisnici su zapravo sip klijenti i njihove servise obezbjeđuju aplikacijski serveri u IMS mreži.

Servisi koji su korisnicima ranije bili ponuđeni u PSTN mreži korištenjem TDM tehnologije, u IMS telefoniji su implementirani kao simulacioni servisi te mogu pružiti potpunu i adekvatnu zamjenu bez uskraćivanja funkcionalnosti krajnjem korisniku što podrazumjeva da je percepcija krajnjeg korisnika prema servisu ista. Stoga je omogućen prelazak korisnika sa tradicionalne uskopojasne PSTN/ISDN telefonije na IMS telefoniju bez promjene funkcionalnosti dodatnih (suplementarnih) servisa. Proces migracije korisnika sa PSTN mreže na IMS mrežu je u potpunosti završen tako da Crnogorski Telekom svojim korisnicima nudi telefonske servise bazirane isključivo na IMS arhitekturi.

Crnogorski Telekom je u periodu relevantnom za ovu analizu pružao javno dostupne telefonske usluge za pravna i fizička lica koja se pruža na fiksnoj lokaciji na teritoriji svih crnogorskih opština.

##### **Mtel d.o.o.**

Mrežna infrastruktura Mtel-a za pružanje servisa fiksne telefonije, prenosa podataka i pristupa Internet-u je trenutno zasnovana na optičkoj, kablovskoj i wimax mreži. Dominantna mrežna



pristupna tehnologija za realizaciju rezidencijalnih korisnika je od osnivanja kompanije bila zasnovana na sada već prevaziđenoj fiksnoj wimax tehnologiji i HFC kablovskom sistemu. Dalji razvoj mrežne infrastrukture se zasniva na realizaciji mreža zasnovanih na optičkoj GPON tehnologiji dok će dislocirane wimax mreže biti iskorištene u ruralnim krajevima. Na taj način je stvorena tehnološka osnova za ponudu Triple Play servisa televizije, Internet-a i telefonije. Razvijena fiksna infrastruktura je na bazi GPON.

Mtel pruža usluge fiksne telefonije na WiMAX tehnologiji, kao i putem GPON optičke i HFC hibridno optičko-koaksijalne mreže. Mtel-ovi servisi fiksne telefonije za poslovne korisnike su zasnovani na IP Centrex modelu i IP telefoniji. Razvoj Mtel tehnologija se bazira na NGN (Next Generation Network) arhitekturi, što omogućava kompaniji kreiranje i pružanje usluga zasnovanih na IP tehnologijama i protokolima. Napredno IMS (IP Multimedia System) rješenje Ericsson-a, koje je implementirano kao Ericsson IMT (IMS Multimedia Telephony) sistem i potpuno integrisano u Mtel-ov poslovni i tehnički model i ponudu servisa, daje Mtel-u tehničku mogućnost pružanja servisa fiksne telefonije zasnovane na IP protokolu, omogućavajući u isto vrijeme integraciju servisa fiksne telefonije zasnovane na principima NGN arhitekture, uključujući njihovu realizaciju putem različitih transportnih i pristupnih tehnologija. Mrežna infrastruktura Mtel-a za pružanje servisa fiksne telefonije, prenosa podataka i pristupa Internet-u je trenutno zasnovana na optičkoj, kablovskoj i wimax mreži. M:tel je u prvom kvartalu 2017. godine započeo realizaciju mreža na bazi GPON optičke tehnologije odnosno migraciju postojećih HFC optičko-kablovskih mreža na GPON zasnovanu tehnologiju koja omogućava skalabilniju ponudu Internet servisa, povećanu stabilnosti servisa televizije, telefonije i Internet.

Mtel je u periodu relevantnom za ovu analizu pružao javno dostupne telefonske usluge za pravna i fizička lica koja se pruža na fiksnoj lokaciji u 18 opština (Andrijevića, Bar, Berane, Bijelo Polje, Budva, Cetinje, Danilovgrad, Herceg Novi, Kolašin, Kotor, Mojkovac, Nikšić, Pljevlja, Podgorica, Rožaje, Tivat, Tuzi i Ulcinj)

#### **Telemach d.o.o.**

Telemach d.o.o. je operator javne fiksne elektronske komunikacione mreže i operator javnih fiksnih elektronskih komunikacionih usluga: pristupa Internetu fiksne telefonije i distribucije audio - vizuelnih medijskih sadržaja. Telemach FTTH mreže bazirane su na standardnoj GPON tehnologiji koja omogućava širok spektar video servisa, Broadband servise velikih brzina, kao i fiksnu telefoniju. Usluga prenosa glasa omogućava krajnjim korisnicima optičke mreže Telemach-a da obavljaju odlazne i dolazne nacionalne i međunarodne telefonske razgovore. Interkonekcije na SS7 mrežu su napravljene sa svim operatorima fiksne i mobilne telefonije, koristeći NPC koji je dodeljen. Korisnici mogu da koriste uslugu telefonije samostalno ili u kombinaciji sa drugim uslugama Telemach-a (double i triple play).

Telemach je u relevantnom periodu putem sopstvene mreže i veleprodajnih usluga zakupa telekomunikacione kanalizacije Crnogorskog Telekoma i Komunalnih usluga Podgorica pružao javno dostupne telefonske usluge za pravna i fizička lica koja se pruža na fiksnoj lokaciji u 9 opština (Bar, Bijelo Polje, Budva, Herceg Novi, Kotor, Nikšić, Pljevlja, Podgorica, Tivat).

#### **Telenor d.o.o.**

Telenor d.o.o. je operator javne mobilne elektronske komunikacione mreže i operator javne fiksne elektronske komunikacione mreže za usluge: javno dostupnih usluga u mobilnoj elektronskoj komunikacionoj mreži, javno dostupnih telefonskih usluga u fiksnoj elektronskoj komunikacionoj mreži, usluga pristupa internetu, usluga prenosa podataka, usluga iznajmljenih linija, usluga zakupa elektronske komunikacione infrastrukture, usluge prenosa govora preko mreža baziranih na Internet protokolu, usluge iznajmljivanja optičkih vlakana (dark fiber) i usluge sa dodatom

vrijednošću. Platforma na kojoj Telenor pruža uslugu fiksne telefonije je IMS (IP Multimedia Subsystema) platforma. IMS (IP Multimedia Subsystema) je komercijalno pušten u 2015 godini u cilju pružanja servisa fiksne telefonije i drugih naprednijih servisa preko konvergencije mobilnih i fiksnih usluga.

Telenor je u relevantnom periodu putem sopstvene mreže i veleprodajnih usluga zakupa telekomunikacione kanalizacije Crnogorskog Telekomu i Komunalnih usluga Podgorica pružao javno dostupne telefonske usluge za pravna i fizička lica koja se pruža na fiksnoj lokaciji samo pravnim licima u 11 opština (Bar, Berane, Bijelo Polje, Budva, Cetinje, Danilovgrad, Herceg Novi, Nikšić, Pljevlja, Podgorica i Tivat).

#### **IP Mont d.o.o.**

IPMont d.o.o. je operator javnih elektronskih komunikacionih mreža i usluga, registrovan za obavljanje elektronske komunikacione usluge prenosa govora putem mreža baziranih na Internet protokolu (izbor i predizbor operatora, prepaid calling cards, Call Shop i SIP korisnici). Postpaid odnosno prepaid korisnicima koji su pretplatnici fiksne mreže Crnogorskog Telekomu, usluge VoIP-a se pružaju korišćenjem servisa "Izbor operatora" (CS) biranjem kratkog koda 1011.

### **4.2.2 Relevantno tržište u dimenziji usluga**

U postupku određivanja relevantnog tržišta, odnosno granica relevantnog tržišta, Agencija ima obavezu da odredi relevantno tržište usluga i njegovu geografsku dimenziju, vodeći pritom posebno računa o relevantnim Smjernicama Evropske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage, kao i o relevantnoj pravnoj regulativi Evropske unije iz područja tržišne konkurencije.

Pri određivanju relevantnog tržišta, odnosno dimenzije usluga i geografske dimenzije, polazi se od utvrđivanja supstitucije na strani ponude i supstitucije na strani tražnje. Pomoću supstitucije na strani tražnje utvrđuju se usluge koje korisnici smatraju supstitutima, odnosno zamjenljivim uslugama. Supstitutivna usluga je svaka usluga koja, s obzirom na svoja svojstva, cijenu, namjenu i navike korisnika, može zamijeniti drugu uslugu i na taj način zadovoljiti istovjetnu potrebu korisnika. S druge strane, zamjenjivost na strani ponude ukazuje na spremnost operatora da u kratkom, odnosno srednjem roku ponudi istovjetnu uslugu, bez izlaganja dodatnim troškovima.

Za razliku od potencijalne konkurencije, kod zamjenjivosti na strani ponude operator koji već pruža usluge u tom momentu odmah reaguje na povećanje cijene. Naime, potencijalni konkurenti trebaju više vremena kako bi počeli nuditi istovjetnu uslugu na tržištu. U slučaju postojanja supstitucije na strani ponude već aktivni operatori se ne izlažu dodatnim troškovima, a ulazak potencijalnih konkurenata podrazumijeva značajne nenadoknadle troškove (eng. *sunk cost*). Jedan od načina kojim je moguće procijeniti postojanje zamjenjivosti na strani ponude i tražnje jest primjena testa hipotetičkog monopola (hipotetičko povećanje cijene). U skladu sa navedenim testom, postavlja se pitanje što se događa u situaciji malog, ali značajnog, trajnog povećanja cijena usluge uz pretpostavku da cijene svih drugih usluga ostanu iste, pri čemu se po pravilu u obzir uzima trajni rast cijena od 5% do 10%.

### **4.2.3 Definicija relevantnog tržišta usluga**

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

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

Stepen supstitucije na strani tražnje na maloprodajnom nivou predstavlja stepen supstitucije javno 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 operatera ili iste, odnosno supstitutivne usluge drugih operatera 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 operatera, 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.

Relevantno geografsko tržište predstavlja ono područje na kome su određeni pružaoci usluga elektronskih komunikacija uključeni u ponudu i tražnju za tim uslugama, a gdje su uslovi konkurencije dovoljno homogeni da se to područje razlikuje od susjednih područja

Agencija će odrediti granice maloprodajnog tržišta javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji, na način što će utvrditi usluge koje korisnici smatraju supstitutivnim uslugama.

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

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

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

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

Stepen supstitucije na strani ponude se utvrđuje na osnovu mogućnosti preduzeća, koja pružaju druge usluge, a koje ne pripadaju istom tržištu usluga, da, usled relativnog porasta cijena razmatrane usluge u relativno kratkom vremenu, uđu na tržište i počnu da pružaju te usluge.

Prilikom procjene postojanja potencijalne tržišne konkurencije potrebno je utvrditi njen nivo i uslove na relevantnom tržištu pod kojima novi tržišni učesnici, odnosno privredni subjekti mogu ući na dato relevantno tržište. Postojanje potencijalne tržišne konkurencije utvrđuje se na osnovu razmatranja predviđenih promjena postojećih tržišnih uslova, koje se odnose na strukturu relevantnog tržišta, ponašanja postojećih učesnika na relevantnom tržištu i uticaja na ostale

stvarne i potencijalne učesnike na tržištu, ekonomske i finansijske snage učesnika na tržištu, ekonomskih, pravnih i drugih prepreka pristupa relevantnom tržištu, tržišnih trendova, i dr.

Učinci zamjenjivosti na strani tražnje na maloprodajnoj osnovi predstavljaju učinke zamjenjivosti javno ponuđenih elektronskih usluga na relevantnom tržištu zbog kojih korisnici mogu odgovoriti na povećanje cijene jedne usluge prelaskom na potrošnju druge usluge istog operatora ili iste, odnosno zamjenskih usluga ostalih operatora na relevantnom tržištu. Drugim riječima, zamjenjivost na strani tražnje događa se u trenutku kada korisnik određene usluge prelazi na druge, zamjenske usluge kao odgovor na relativno povećanje cijene usluge koju koristi.

U teoriji, ako operator koji nudi uslugu poveća cijenu te usluge, korisnici su u mogućnosti preći na zamjenske usluge drugih operatora te operatora koji je povisio cijenu svojih usluga prisiliti da cijene vrati na visinu na kojoj su bile iz razloga što će u suprotnom početi gubiti korisnike, a samim time i tržišni udio. Primjena prethodno navedenog argumenta zavisi od snage zamjenjivosti na strani tražnje, odnosno, što je zamjenjivost na strani tražnje jače izražena, operatori su više ograničeni u mogućnosti povećavanja cijena usluga koje nude svojim korisnicima.

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

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

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

#### **4.2.5 Supstituti pozivima koji potiču iz fiksnih komunikacionih mreža**

Efekti supstitucije na strani potražnje na maloprodajnom nivou su efekti supstitucije javno dostupnih elektronskih komunikacionih usluga na relevantnom tržištu, pri čemu korisnici mogu koristiti drugu uslugu ili drugu zamjenjivu uslugu za druge operatore na relevantnom tržištu kako bi povećali cijenu jedne usluge. Drugim riječima, zamjenjivost na strani potražnje javlja se u vrijeme kada korisnik određene usluge prebacuje na druge zamjenjive usluge kao odgovor na relativno povećane troškove usluge koju on ili ona koristi.

##### **4.2.5.1 Pozivi iz mobilnih mreža**

Pri određivanju relevantnog tržišta usluga javno dostupne telefonske usluge prvenstveno se razmatra stepen supstitucije poziva iz fiksnih mreža pozivima iz mobilnih mreža. S obzirom da krajnji korisnik koji želi ostvariti poziv, može to učiniti koristeći fiksnu ili mobilnu mrežu, izbor korisnika će opredijeliti funkcionalnost i cijena usluga, kao i njegova odluka da pozive iz fiksne

mreže zamijeni pozivima iz mobilne na bazi pojedinog (eng. *call-by-call basis*) ili svih poziva. Funkcionalna razlika između poziva iz fiksnih i poziva iz mobilnih mreža ogleda se u mobilnosti, koja ukazuje na činjenicu da je pristup mobilnim mrežama moguć nezavisno od lokacije, dok je pristup fiksnim mrežama moguć samo na određenoj fiksnoj lokaciji. Na osnovu prethodno navedenog može se zaključiti da je korisnik koji ostvaruje pristup i mobilnoj i fiksnoj mreži, u mogućnosti da zamijeni samo pozive iz fiksne mreže pozivima iz mobilnih mreža, ali ne i obrnuto. Da bi se ove dvije vrste poziva mogle smatrati supstitutima, potrebno je da iste budu zamjenjive u oba smjera, a što ovdje nije slučaj.

Osim gore navedenih funkcionalnih razlika, između poziva započelih u fiksnim mrežama i onih započelih u mobilnim mrežama uprkos sve većem broju paketa usluga u mobilnim mrežama s uključenim minutama, postoje i određene cjenovne razlike koje, po mišljenju Agencije mogu uticati na percepciju i navike krajnjih korisnika.

Tabela br 1: Uporedne maloprodajne cijene poziva iz mreža mobilnih operatora koje završavaju u mobilnim, odnosno fiksnim mrežama (u € sa PDV-om)

Naziv operatora	Cijene sa PDV-om	
	Cijena poziva unutar sopstvene mobilne mreže	Cijena poziva ka fiksnoj mreži
Crnogorski Telekom	0,1322€	0,1322€
Telenor	0,159€	0,159€
Mtel	0,152€	0,152€

Izvor: Cjenovnici operatora 2018.g.

Tabela br 2: Uporedne maloprodajne cijene poziva iz mreža operatora fiksne telefonije koji završavaju u fiksnim, odnosno mobilnim mrežama (u € sa PDV-om)

Naziv operatora	Cijene sa PDV-om		
	Cijena poziva unutar sopstvene fiksne mreže	Cijena poziva ka ostalim fiksnim mrežama u CG	Cijena poziva ka mobilnim mrežama u CG
Crnogorski Telekom (Standardna ponuda)	u periodu jakog saobraćaja	0,0428€	u periodu jakog saobraćaja
	0,0151€ lokal		0,0587€
	0,0191€ međugrad		
	u periodu slabog saobraćaja		u periodu slabog saobraćaja
	0,0109€ lokal		0,0397€
	0,0134€ međugrad		
Mtel	0,015€	0,045€	0,060€
Telemach	0,014€	0,014€	0,060€

Izvor: Cjenovnici operatora 2018. godina

Upoređivanjem cijena poziva iz fiksne i poziva iz mobilne mreže, shodno prethodnim pregledima, Agencija zaključuje da čak i hipotetičko povećanje cijena poziva iz fiksnih mreža, ne bi uticalo na potpunu zamjenjivost istih pozivima iz mobilnih mreža. Naime, čak i uz navedeno povećanje,

cijene poziva iz fiksnih mreža ostale bi niže od cijena poziva iz mobilnih prema fiksnim mrežama. Slično važi i za pozive prema mobilnim mrežama, tako da su cijene poziva iz mobilnih prema fiksnim mrežama više od cijena poziva upućenih iz fiksnih prema fiksnim mrežama. Imajući u vidu da ove vrste poziva nisu međusobno potpuno zamjenjive, kao i usled prethodno utvrđenih cjenovnih razlika, pozivi započeti iz mobilnih mreža ne mogu se, na strani tražnje, smatrati supstitutivnom uslugom pozivima započetim iz fiksnih mreža.

U skladu sa navedenim, Agencija zaključuje da se pozivi započeti iz iz javnih mobilnih telefonskih mreža ne mogu smatrati kao supstitutivna usluga pozivima započetim iz javnih fiksnih telefonskih mreža.

#### **4.2.5.2 Pozivi putem usluge izbora/predizbora operatora**

Krajnji korisnik koji koristi usluge poziva i pristupa od bivšeg monopolista, može u svakom trenutku odlučiti koristiti usluge poziva nekog drugog operatora, a koje taj operator pruža putem usluge izbora i predizbora operatora.

Alternativni operator samostalno određuje uslove i cijene pružanja usluge korisnicima putem usluge Izbora operatora i u skladu sa tim samostalno uređuje svoj odnos sa korisnicima.

IP Mont, kao alternativni operator, omogućava pojednostavljenu uslugu korišćenja *prepaid* kartica "1011" korisnicima koji je koriste samo sa jednog određenog telefonskog broja. Fizičkim licima koja posjeduju telefonski priključak na fiksnoj mreži Crnogorskog Telekomu IPMONT nudi uslugu ostvarivanja međunarodnih poziva putem servisa "izbor operatora" po cijenama znatno povoljnijim od uobičajenih. Pri tome, korisnik zadržava postojeći telefonski broj preko mreže Crnogorskog Telekomu, tako da i dalje ima neograničenu mogućnost pozivanja svih destinacija (lokalni pozivi, pozivi unutar Crne Gore i međunarodni pozivi).

Funkcionalno, usluga poziva putem izbora operatora predstavlja uslugu identičnu pozivu iz mreže operatora koji pruža uslugu pristupa krajnjem korisniku, i u mogućnosti je stvoriti značajan konkurentski pritisak na povećanje cijena hipotetičkog monopoliste, odnosno, u slučaju povećanja maloprodajnih cijena poziva hipotetičkog monopoliste, krajnji korisnici mogu da pređu na identične usluge drugog operatora, odnosno na usluge koje se pružaju putem usluge izbora operatora.

Tabela br 3: Cijene poziva u trajanju od 1 minuta koji završavaju u fiksnim mrežama

Tarifne zone	Cijene sa PDV-om	
	Crnogorski Telekom	IP Mont
Poziv prema Srbiji	0,1198 €	0,10 €
Poziv prema BiH	0,1198 €	0,12 €
Poziv prema Hrvatskoj	0,1198 €	0,12 €
Međunarodni poziv EVROPA	0,1101 €	0,10 € (većina evropskih zemalja)
Međunarodni poziv (SAD i Kanada)	0,0629 €	0,16 € (Kanada) 0,08 € (SAD)
Međunarodni poziv SVIJET	0,3666 €	0,16 € (Australija, Argentina)

Izvor: Cjenovnici operatora 2018.godina

Tabela br 4: Cijene poziva u trajanju od 1 minuta koji završavaju u mobilnim mrežama

Tarifne zone	Cijene sa PDV-om	
	Crnogorski Telekom	IP Mont
Poziv prema Srbiji	0,2069 €	0,30 €
Poziv prema BiH	0,2723 €	0,30 €
Poziv prema Hrvatskoj	0,2723 €	0,24 €
Međunarodni poziv EVROPA	0,2287 €	0,20 € (Njemačka, Luksemburg, Holandija) 0,24 € (većina evropskih zemalja)
Međunarodni poziv (SAD i Kanada)	0,0629 €	0,16 € (Kanada) 0,08 € (SAD)
Međunarodni poziv SVIJET	0,5506 €	0,20 € (Australija)

Izvor: Cjenovnici operatora 2018.godina

Uzevši u obzir slične cijene poziva putem izbora i predizbora operatora i poziva iz mreže operatora koji pruža uslugu pristupa krajnjem korisniku prema mišljenju Agencije usluga izbora/predizbora operatora u mogućnosti je stvoriti konkurentski pritisak na povećanje cijena hipotičkog monopoliste u dostatnoj mjeri. Dakle, u slučaju povećanja maloprodajnih cijena poziva hipotetičkog monopoliste, krajnji korisnici mogu preći na istovrsne usluge drugog operatora, odnosno na usluge koje se pružaju putem usluge izbora/ predizbora operatora.

Saglasno svemu navedenom, Agencija smatra da pozivi putem usluge izbora i predizbora operatora predstavljaju supstitut usluge pozivima iz fiksne mreže

#### 4.2.5.3 Pozivi putem internet protokola (VoIP)

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

Upravljanje (eng. *managed*) VoIP pozive karakteriše prenos govora koja se pruža putem internet protokola i koji u potpunosti prolazi kroz mrežu operatora, pri čemu nema posebnog virtuelnog kanala za prenos govora. Zbog nepostojanja posebnog virtuelnog kanala za prenos govora, kvalitet ove vrste VoIP poziva ne odgovara u potpunosti kvalitetu javno dostupne telefonske usluge u fiksnoj mreži, pa se i ne može smatrati supstitutom pozivima koji potiču iz fiksnih mreža.

Neupravljanje (eng. *non-managed*) pozive karakteriše prenos govora koja se pruža putem internet protokola i koji istovremeno u jednom svom dijelu prolazi kroz javni internet (VoIP), što onemogućava uslugu koja po kvalitetu odgovara javno dostupnoj telefonskoj usluzi u fiksnoj mreži, i kao takva ne predstavlja supstitut pozivima koji potiču iz fiksnih mreža.

Međutim, u slučaju upravljanih (eng. *managed*) VoIP poziva koji osiguravaju poseban virtualni kanal za prenos govora riječ je o usluzi prenosa govora koja se pruža putem internetskog protokola, ali koja garantuje kvalitet usluge i kao takva u potpunosti odgovara kvalitetu javno dostupne telefonske usluge koja se pruža putem PSTN tehnologije.

U analiziranom periodu operatori su javno dostupnu telefonsku uslugu putem internet protokola uz obezbjeđenje posebnog virtuelnog kanala omogućavali preko bakarne infrastrukture, primjenom xDSL tehnologije, preko optičke infrastrukture ili preko hibridne *fiber*-koaksijalne mreže. Upravljeni pozivi ostvareni putem internet protokola se po svojim funkcionalnim i cjenovnim karakteristikama ne razlikuju od poziva realizovanih putem klasične fiksne PSTN mreže i POTS priključka, te se može zaključiti da predstavljaju dio istog relevantnog tržišta, uz određena geografska ograničenja koja se odnose na dostupnost širokopojasnog pristupa koja nije uniformna na cijeloj teritoriji Crne Gore. Osim Crnogorskog Telekoma, mogućnost da ostvare upravljanje pozive preko optičkih mreža realizovali su i ostali operatori, ali u značajno manjoj mjeri.

Dakle, IMS tehnologija koju koristi Crnogorski Telekom i IP tehnologija koju koriste ostali operatori osiguravaju garantovani kvalitet govorne usluge pošto koriste posebni virtuelni kanal za prenos govora (VoIP pozivi koji osiguravaju poseban virtuelni kanal za prenos govora). Iz tog razloga Agencija smatra da se VoIP pozivi koji osiguravaju poseban virtuelni kanal za prenos govora (upravljeni VoIP pozivi ostvareni putem internet protokola) mogu smatrati odgovarajućim supstitutom standardnoj (IMS) javno dostupnoj telefonskoj usluzi gledano na strani tražnje.

#### **4.2.6 Određivanje tržišta prema vrstama poziva**

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

Nakon što je u prethodnom poglavlju Agencija odredila da definicija relevantnog tržišta obuhvata pozive započete u fiksnim mrežama, u idućem je koraku potrebno odrediti pripadaju li istom tržištu pozivi upućeni iz fiksnih mreža prema brojevima u nacionalnim mrežama i pozivi upućeni iz fiksnih mreža prema brojevima u međunarodnim mrežama.

Prema mišljenju Agencije, sa stanovišta krajnjeg korisnika, pozivi upućeni iz fiksnih mreža prema brojevima u nacionalnim mrežama i oni upućeni prema brojevima u međunarodnim mrežama, ne mogu pripadati istom relevantnom tržištu. Osnovna razlika između ovih poziva leži u činjenici da jedni završavaju u mrežama nacionalnih operatora, dok drugi završavaju u mrežama međunarodnih operatora. Budući da većina korisnika u Crnoj Gori ne ostvaruje pristup nekoj od



međunarodnih mreža, korisnika koji trenutno nije uz svoj telefon (terminalni uređaj krajnjeg korisnika) u Crnoj Gori nije moguće dobiti pozivom na broj u međunarodnoj mreži. Drugim riječima, pozivalac koji upućuje poziv korisniku usluga nekog od nacionalnih operatora te ga ne uspije dobiti na broj u nacionalnoj mreži, nije u mogućnosti umjesto pozivanja broja u nacionalnoj mreži pozvati broj u međunarodnoj mreži te na taj način uspostaviti željeni poziv.

Osim toga, cijene poziva upućenih iz nacionalnih fiksnih mreža prema brojevima u međunarodnim mrežama više su od cijena poziva upućenih prema brojevima u nacionalnim mrežama. Čak je i sama tarifna struktura poziva upućenih prema brojevima u međunarodnim mrežama različita od tarifne strukture poziva upućenih prema brojevima u nacionalnim mrežama. U skladu s evropskom praksom, i u Crnoj Gori je uobičajeno da operatori grupišu zemlje u određene tarifne zone prema kojima se primjenjuju jedinstvene cijene.

Uzevši u obzir prethodno navedene razlike, Agencija smatra da je sa aspekta tražnje, pozive upućene iz fiksnih mreža prema brojevima u međunarodnim mrežama i pozive upućene iz fiksnih mreža prema brojevima u nacionalnim mrežama, potrebno analizirati u sklopu posebnih relevantnih tržišta.

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

U ovom poglavlju Agencija razmatra stepen međusobne supstitucije dvije vrste poziva iz fiksnih mreža i to poziva prema brojevima u fiksnim mrežama (eng. *fixed-to-fixed*) i poziva prema brojevima u mobilnim mrežama (eng. *fixed-to-mobile*).

Na zamjenjivost poziva iz fiksnih mreža prema brojevima u fiksnim mrežama pozivima prema brojevima u mobilnim mrežama, utiče niz činilaca.

Naime, pozivalac uvijek ima mogućnost, umjesto upućivanja poziva na broj u fiksnoj mreži, dobiti traženog korisnika na njegov broj u mobilnoj mreži, ukoliko ga krajnji korisnik posjeduje.

Penetracija korisnika telefonskih usluga u mobilnoj mreži na kraju 2018. iznosi 182,96%, što je za oko 20% više nego na kraju 2015. kad je ista iznosila 162,56%. Povećanje penetracije korisnika telefonskih usluga u mobilnim mrežama ukazuje na veće korišćenje usluga i značajan trend fiksno-mobilne supstitucije ukazuje na percepciju krajnjih korisnika o postojanju zanemarljivih cjenovnih razlika između usluge poziva unutar iste mreže i usluga poziva ka drugim mrežama.

Iz navedene perspektive, odnosno zbog dostupnosti pojedinog korisnika i putem broja u mobilnoj mreži, poziv upućen na broj u mobilnoj mreži može se smatrati zamjenskom uslugom pozivu upućenom na broj u fiksnoj mreži.

Nadalje, uzimajući u obzir činjenicu da su cijene poziva upućenih iz fiksnih mreža u mobilnu mrežu nešto više od cijena poziva iz fiksne mreže u fiksnu mrežu, a što je vidljivo iz tabele 1, nije realno očekivati da će korisnik zamijeniti sve svoje pozive prema fiksnoj mreži pozivima prema mobilnim mrežama.

Tabela br. 5 : Maloprodajne cijene lokalnih poziva iz fiksne mreže Crnogorskog Telekom-a:

	Lokalna fiksna	Međumjesna fiksna	Mobilna
Cijena u EUR/min	0,0136/0,0097*	0,0172/0,0109*	0,0528/0,0357*

Cijene su iz cjenovnika usluga CT u javnoj elektronskoj komunikacionoj mreži na fiksnoj lokaciji za fizička lica.

\* Cijene poziva u periodu jakog saobraćaja (07-19h) te cijene poziva u periodu slabog saobraćaja (19-07h)

Saglasno navedenom, zamjena poziva iz fiksne u fiksnu mrežu pozivima iz fiksne u mobilnu, od strane cjenovno osjetljivog pozivaoca, realna je u situaciji kada je važno u određenom trenutku uspostaviti poziv. Stoga se pozivi iz fiksne u mobilnu mrežu u opisanoj situaciji mogu smatrati zamjenskim uslugama. Isto tako, Agencija smatra da je opisanu zamjenjivost potrebno posmatrati u širem okviru, odnosno vodeći računa o kontinuiranom rastu broja i trajanja poziva upućenih iz fiksnih mreža prema mobilnim mrežama.

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

Slijedom svega prethodno navedenog, Agencija smatra da su, lokalni i međumjesni pozivi iz fiksnih mreža prema brojevima u mobilnim mrežama i pozivi iz fiksnih mreža prema brojevima u fiksnim mrežama komplementarne usluge koje na strani tražnje čine sastavni dio istog relevantnog tržišta.

#### **4.2.6.3 Pozivi prema geografskim i negeografskim brojevima**

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

S obzirom da ulaganja operatora u uslugu predizbora operatora pokrivaju pozive prema geografskim i pozive prema negeografskim brojevima, Agencija smatra da bi operator, koji pruža pozive prema negeografskim brojevima putem usluge predizbora operatora ili to tek namjerava, u

slučaju malog, ali značajnog trajnog povećanja cijena, mogao u kratkom roku i bez izlaganja dodatnim troškovima nuditi korisnicima i pozive prema geografskim brojevima. Isto važi i za operatore koji korisnicima pružaju pozive putem sopstvene mrežne infrastrukture.

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

#### **4.2.6.4 Fizička i pravna lica**

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

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

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

#### **4.2.7 Zamjenjivost na strani ponude**

Zamjenjivost na strani ponude bila bi moguća u slučaju da operator koji ne pruža javno dostupnu telefonsku uslugu u fiksnoj mreži, reagujući na povećanje cijene poziva iz fiksnih mreža, brzo i uz relativno male troškove počne nuditi te pozive.

Agencija smatra da , zbog dugog vremena i visokih troškova potrebnih za razvoj ili prilagodjavanje sopstvene infrastrukture, od kojih je većina nenadoknadiiva, zamjenjivost na strani ponude nije vjerovatna tokom perioda na koje se odnosi ovaj dokument. Na osnovu prethodno navedenog, Agencija zaključuje da na strani ponude ne postoji dodatna zamjenska usluga u odnosu na usluge koje su već uključene na strani potražnje.

### **4.3 Geografska dimenzija relevantnog tržišta**

Relevantno tržište u geografskoj dimenziji obuhvata sva područja u kojima određeni operatori pružaju usluge pod istim uslovima, odnosno, sva područja u kojima postoje istovjetni uslovi tržišne konkurencije.

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

Agencija geografsku dimenziju posmatra pojedinačno za svakog operatora.

Svaki od operatora koji djeluju na tržištu fiksne telefonije stekao je pravo pružanja usluga na čitavoj teritoriji Crne Gore. Takođe, pravni i regulatorni okvir relevantan za predmetnu uslugu, odnosno pravni i regulatorni okvir vezan za područje elektronskih komunikacija je isti na cijeloj teritoriji Crne Gore.

U skladu s navedenim, Agencija geografsku dimenziju relevantnog tržišta određuje kao teritoriju Crne Gore i to za sve operatore koji nude usluge fiksne telefonije na tržištu.

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

Na osnovu prethodno izloženog, Agencija je utvrdila da Maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji u Crnoj Gori čine:

- pozivi prema geografskim brojevima (prema nacionalnim fiksnim mrežama) ;
- pozivi prema brojevima u nacionalnim mobilnim elektronskim komunikacionim mrežama, nezavisno od toga radi li se o standardnoj javno dostupnoj telefonskoj usluzi, pozivima putem usluge izbora i predizbora operatora, upravljanim VOIP pozivima koji osiguravaju poseban virtualni kanal za prenos govora ili usluzi koja se pruža posredstvom WiMAX tehnologije.

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

## 5. 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.

Relevantna Preporuka iz februara 2003. godine sadržala je 18 tržišta koja su bila podložna prethodnoj (*ex-ante*) regulaciji, što znači da je Evropska komisija zaključila da su na relevantnim tržištima istovremeno zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma), te na taj način utvrdila da su relevantna tržišta podložna prethodnoj regulaciji u većini zemalja Evropske unije. Prethodna Preporuka o relevantnim tržištima izmjenjena je na način da umjesto 18 relevantnih tržišta, na osnovu nove Preporuke o relevantnom tržištima, postoji 7 relevantnih tržišta koja su podložna prethodnoj regulaciji. Tržišta koja više nisu sastavni dio trenutno važeće Preporuke o relevantnim tržištima, nacionalna regulatorna tijela i dalje mogu regulisati, ali na način da dokažu da su na tim tržištima istovremeno zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma).

Na osnovu člana 15 stav 1 Direktive 2002/21/EC (Okvirna direktiva) Evropska komisija je 9. decembra 2014. godine usvojila Preporuku o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja su podložna prethodnoj regulaciji, (2014/710/EU). Prema ovoj preporuci postoje četiri relevantna tržišta koja su podložna prethodnoj regulaciji. Međutim, regulatorna tijela mogu sama da utvrđuju da li su pojedina tržišta, koja se ne nalaze na listi iz Preporuke, podložna prethodnoj regulaciji, ali uz uslov da se dokaže da su na tim tržištima istovremeno zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma).

Tržište „*Maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji*“, nije sastavni dio nove Preporuke o relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija koja su podložna prethodnoj regulaciji, (2014/710/EU).

Prema članu 65 stav 3 Zakona o elektronskim komunikacijama 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;
- 3) primjena propisa kojima se uređuje zaštita konkurencije ne obezbjeđuje efikasno otklanjanje nedostataka na tržištu.

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

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

U skladu s članom 64 stav 3 Zakona o elektronskim komunikacijama, odnosno u skladu s Preporukom Evropske komisije, dvije vrste prepreka su ključne prilikom određivanja da li postoje visoke i trajne prepreke ulaska na tržište:

- strukturne prepreke;
- pravne ili regulatorne prepreke.

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

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

### **5.1.1 Strukturne prepreke ulaska na tržište**

Strukturne prepreke 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. Izgradnja i eksploatacija fiksne mreže je jedan od primjera stvaranja ovakvih barijera.

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

- nadzor nad infrastrukturom, koji predstavlja visoku barijeru razvoju infrastrukturne konkurencije;
- stepen vertikalne integracije;
- postojanje nenadoknadivih troškova;
- jednostavan ili povlašćen pristup tržištima kapitala ili novčanim izvorima;
- ekonomija obima;
- ekonomija širine;
- barijere prelaska za krajnje korisnike;
- stepen diverzifikacije usluga;
- tehnološka prednost ili nadmoć.

Agencija je u nastavku koristila neke od prethodno spomenutih kriterijuma, a sve u svrhu utvrđivanja stvarnog stanja na tržištu elektronskih komunikacija u Crnoj Gori odnosno

utvrđivanja postoje li ili ne postoje strukturne barijere ulaska na relevantno tržište koje je predmet ove analize.

Nadzor infrastrukture čiji se obim ne može lako udvostručiti je, saglasno Smjernicama Evropske komisije o analizi tržišta i procjeni značajne tržišne snage, važan kriterijum za procjenu postojanja značajne tržišne snage na jednom relevantnom tržištu. Navedeno je posebno vidljivo u slučaju kada se pomenuta infrastruktura isključivo ili pretežno nalazi u vlasništvu određenog operatora, najčešće bivšeg monopoliste, i kada istovremeno postoje visoke i nepremostive barijere povezane s izgradnjom iste takve infrastrukture, a pristup potrebnoj infrastrukturi je neophodan za pružanje određene usluge.

Crnogorski Telekom (CT) je bivši monopolista i vlasnik elektronske komunikacione mreže. Geografska dostupnost, tj. raširenost telefonskih priključaka je izrazito velika s obzirom da je Crnogorski Telekom, kao pružalac osnovne telekomunikacione usluge, saglasno Zakonu o telekomunikacijama, bio obavezan svim korisnicima ponuditi pristup svojoj mreži. Crnogorski Telekom je izgradio sopstvenu pristupnu mrežu u periodu dok je bio javno preduzeće i dio JP PTT-a, te nakon toga, u periodu u kojem je uživao ekskluzivna prava.

Za ostale operatore, koji postoje na tržištu ili planiraju ući na tržište, izgradnja sopstvene pristupne infrastrukture iziskuje visoke troškove ulaganja zbog potrebe kopanja i provlačenja distributivne telekomunikacione kanalizacije. Izgradnja i stavljanje u upotrebu sopstvene pristupne infrastrukture zahtijeva visoka kapitalna ulaganja te detaljno razrađene poslovne planove i razumno vrijeme povraćaja uložених sredstava. U skladu s navedenim može se zaključiti da ulazak na tržište zahtijeva od novih operatora značajna ulaganja i to većinom u obliku nenadoknadivih troškova, koje operatori neće moći nadoknaditi u slučaju tržišnog neuspjeha i izlaska s tržišta. Stoga, uzimajući u obzir geografsku rasprostranjenost pristupne (mrežne) infrastrukture Crnogorskog Telekom, te činjenicu da je ista građena tokom dugog perioda, odnosno u periodu, kako je već navedeno, kada je Crnogorski Telekom bio javno preduzeće kao i u sljedećem periodu kada je uživao ekskluzivna prava, repliciranje pristupne (mrežne) infrastrukture Crnogorskog Telekom za pružanje javno dostupne telefonske usluge isključivo privatnim korisnicima nije ekonomski opravdano.

Imajući to u vidu, operatorima je otežana izgradnja nove infrastrukture za pružanje javno dostupne telefonske usluge za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji zbog visokih troškova pa u tom tradicionalnom pristupu uspostavljanja mreže nadzor nad infrastrukturom predstavlja visoku prepreku razvoju infrastrukturne konkurencije.

Iako je zakonski okvir u Crnoj Gori pratio razvoj mreža i servisa, Agencija je, u cilju potpunog sagledavanja kriterijum postojanja visokih prepreka razvoju infrastrukturne konkurencije, uzela u obzir i postojanje veleprodajnih ponuda, putem kojih operatori mogu ostvarivanjem pristup mreži Crnogorskog Telekom i ponuditi javno dostupnu telefonsku uslugu u lokalnim i međumjesim pozivima za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji, a omogućavaju ublažavanje ili potpuno uklanjanje visokih barijera ulasku na predmetno maloprodajno tržište.

S tim u vezi, na veleprodajnom nivou Crnogorski Telekom ima obavezu pružanja sljedećih veleprodajnih usluga:

- usluga izdvojenog pristupa lokalnoj petlji
- usluga samostalnog virtualnog kanala za govor (VoIP)

- usluga mogućnosti izbora/ predizbora operatora
- usluga iznajmljivanja linija na veleprodajnom nivou

putem kojih su operatori u mogućnosti da pružaju maloprodajne usluge telefonskih poziva u lokalnim i međumjesim pozivima za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji.

Usluga izbora i predizbora operatora značajno smanjuje nenadoknadive troškove odnosno troškove ulaska novih operatora na tržište i pružanje javno dostupne usluge krajnjim korisnicima. Upravo zbog prethodno navedenog, operatori koji krajnjim korisnicima žele ponuditi isključivo javno dostupnu telefonsku uslugu, mogu birati uslugu izbora / predizbora operatora koju mogu dopunjavati i uslugom zakupa preplatničke linije ili uslugom pristupa lokalnoj petlji.

U skladu sa navedenim, na osnovu veleprodajnih ponuda Crnogorskog Telekom operatora imaju pristup veleprodajnim uslugama na cijeloj teritoriji Crne Gore gdje Crnogorski Telekom, kao incumbent operator ima sopstvenu infrastrukturu i mrežu, te se navedene veleprodajne usluge pružaju u skladu s obavezom omogućavanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja, obavezom obezbjeđivanja jednakog tretmana - nediskriminacije, obavezom objavljivanja podataka, obavezom odvajanja računovodstvenih evidencija i obavezom kontrole cijena i troškovnog računovodstva.

Agencija smatra da je od vitalnog značaja za budućnost inovacija i ulaganja u sektoru elektronskih komunikacija da alternativni i potencijalni operatori i dalje mogu pristupiti ključnim veleprodajnim inputima, uslugama veleprodajnog iznajmljivanja pretplatničkih linija ( WLR) i uslugama izbora, odnosno predizbora operatora (CPS/ CS) i u narednom periodu na koji će se odnositi rezultati ove analize.

Međutim, iako su ove usluge u analiziranom periodu bile dostupne, za njima nije bilo tražnje, već su se alternativni operatori pretežno opredjeljivali za izgradnju sopstvene mreže za pristup. Telenor, Telemach i Mtel pružaju telefonske usluge putem sopstvene mreže koju su izgradili u proteklom periodu, koristeći veleprodajne usluge Crnogorskog Telekom, Komunalnih usluga - Podgorica i CEDIS-a u vidu usluga zakupa telekomunikacione kablovske kanalizacije, dark-fiber-a, zakupa niskonaponskih stubova i stubova javne rasvjete. Navedeno ukazuje na mogućnost prelaska na korišćenje usluga drugog operatora ali samo u slučaju da isti ima odgovarajuću infrastrukturu na datoj lokaciji.

Dakle, u relevantnom periodu operatori su koristili veleprodajne usluge zakupa telekomunikacione kablovske kanalizacije, zakupa optičkih kablova, elektro energetske stubova i stubova javne rasvjete, kao i izbora operatora u cilju širenja svojih mreža i omogućavanja pristupa istoj sa ciljem pružanja prvenstveno paketa usluga, u okviru kojih je omogućen i pristup javnoj telefonskoj usluzi na fiksnoj lokaciji. Međutim, polazeći od neujednačene zastupljenosti operatora u opštinama na teritoriji Crne Gore u pogledu pristupa javnoj telefonskoj usluzi na fiksnoj lokaciji, broja korisnika ove usluge, a posebno broja korisnika standalone telefonske usluge, Crnogorski Telekom i dalje ima najveću zastupljenost u smislu pokrivenosti teritorije Crne Gore. Činjenica je da ostali operatori uglavnom nemaju svoju infrastrukturu koju bi koristili za razvoj svojih mreža a u cilju pružanja javne telefonske usluge na fiksnoj lokaciji, već su prinuđeni da isto zakupljuju od Crnogorskog Telekom, Komunalnih usluga Podgorica i CEDIS-a i drugih vlasnika infrastrukture. Nadalje, veleprodajne usluge (WLR, izbor i predizbor), iako su u ponudi, nisu zaživjele i ne mogu se smatrati dovoljnim preduslovom za uklanjanje strukturnih barijera.



Na tržištu javno dostupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koja se pruža na fiksnoj lokaciji za pravna i fizička lica, Crnogorski Telekom je vertikalno integrisani operator, odnosno operator koji djeluje na maloprodajnom tržištu javno dostupne telefonske usluge koja se pruža na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica, te povezanim veleprodajnim tržištima pristupa. Na osnovu navedenog, a uzimajući u obzir da Crnogorski Telekom raspolaže mrežnom infrastrukturom na cijelom području Crne Gore, vertikalna integracija i kontrola nad infrastrukturom pružaju mu ključnu prednost u odnosu na druge operatore na maloprodajnom tržištu, iz čega se zaključuje kako Crnogorski Telekom ima visok stepen vertikalne integracije koja dodatno jača tržišnu poziciju istog i posljedično slabi tržišnu poziciju ostalih operatora na tržištu.

Takodje, potrebno je naglasiti da postojanje veleprodajnih ponuda, putem kojih operatori mogu ostvariti direktni ili indirektni pristup mreži bivšeg monopolista, ne može u potpunosti ukloniti već samo ublažiti postojanje visokog stepena vertikalne integracije bivšeg monopoliste.

Na osnovu svega navedenog, Agencija je mišljenja da postoje visoke strukturne prepreke za ulazak na relevantno *Maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji.*

### **5.1.2 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 sljedeće:

- 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.

#### **a) 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 ima pravo da uspostavi i daje na korišćenje elektronsku komunikacionu mrežu, te da pruža elektronske komunikacione usluge na području Crne Gore, bez pribavljanja posebnog ovlašćenja, odnosno u mogućnosti su da navedene usluge pružaju samo na osnovu generalnog ovlašćenja (autorizacije). Generalno ovlašćenje podrazumijeva da su, obavezni 15 dana prije početka pružanja usluga obavijestiti u pisanom obliku Agenciju o svojoj namjeri.

#### **b) ograničenja i uslovi povezani uz upotrebu radio-frekvencijskog spektra**

Navedeni tip prepreke se ne odnosi na maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji, koje je obrađeno u ovom dokumentu.

**c) 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 Maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji. Nadalje, svaki operator koji ulazi na tržište ne mora sagraditi 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 udjela i vremena u kojem je prisutan na tržištu, koristiti jednake, nediskriminirajuće 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 te 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 vidljivo kako su preuzeti koraci koji su minimizirali, odnosno u potpunosti uklonili pravne i regulatorne prepreke ulaska na tržište odnosno koraci koji su omogućili ulazak na tržište većeg broja operatora, a samim time i liberalizaciju tržišta.

### **5.1.3 Zaključak o prvom kriterijumu**

Na osnovu svih činjenica iznesenih u prvom kriterijumu, Agencija zaključuje kako na Maloprodajnom tržištu javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji *i dalje postoje* visoke strukturne prepreke ulaska na tržište.

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

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

Prvi kriterijum je statički kriterijum odnosno kriterijum na osnovu kojeg je Agencija u mogućnosti da procjeni postoje li u tačno određenom trenutku visoke i trajne strukturne, pravne ili regulatorne prepreke ulaska na tržište. Drugi kriterijum je dinamički kriterijum, odnosno na osnovu tog kriterijuma Agencija je u mogućnosti da odredi teži li tržište u određenom periodu efikasnoj tržišnoj konkurenciji. Iz navedenog je vidljivo da se prva dva kriterijuma međusobno nadopunjuju, odnosno Agencija na osnovu oba kriterijuma može izvući odgovarajući zaključak, je li ili nije neophodno prethodno regulisati određeno tržište.

Agencija, da bi bila u mogućnosti da prethodno reguliše određeno tržište, mora dokazati i statički i dinamički kriterijum, odnosno mora dokazati da tržište u tačno određenom trenutku i određenom budućem periodu ne teži savršenoj konkurenciji, odnosno efikasnoj tržišnoj konkurenciji.

Obzirom da je, saglasno članu 64 stav 4 Zakona o elektronskim komunikacijama, Agencija postupak analize tržišta obavezna sprovoditi najmanje svake tri godine, Agencija će drugi kriterijum posmatrati u periodu od tri godine.

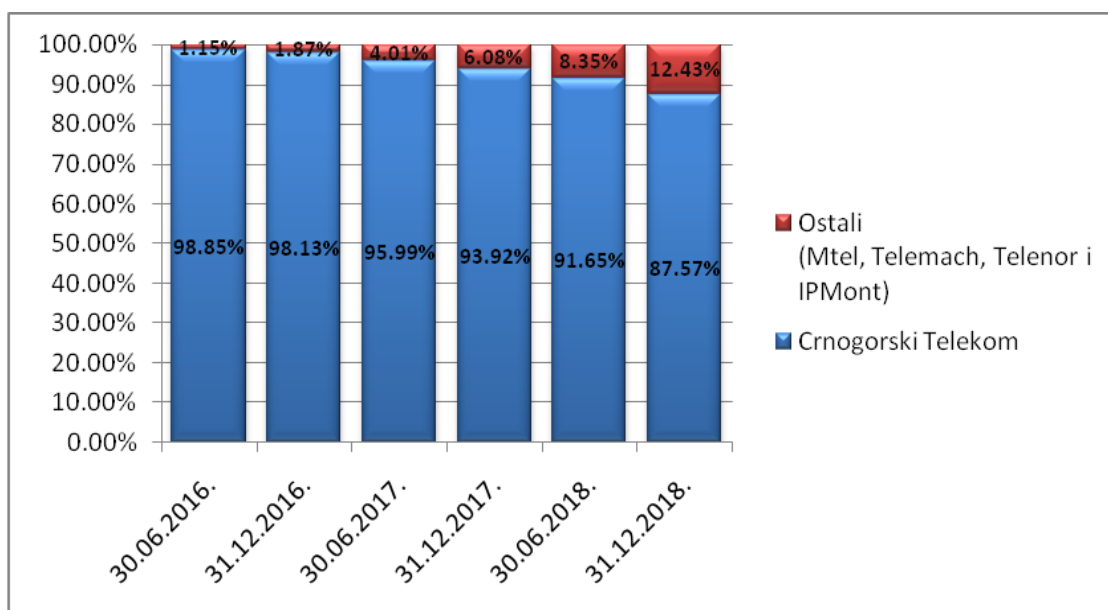
Kako bi bila u mogućnosti prethodno regulisati određeno tržište, Agencija mora dokazati da tržište u tačno određenom trenutku i određenom budućem razdoblju ne teži savršenoj konkurenciji, tj. efikasnom tržišnom nadmetanju. Pravilna analiza ovog kriterijuma bi se trebala sprovesti tako da se utvrdi veličina tržišnog nadmetanja i pored postojanja mogućih barijera za ulazak na tržište, a imajući na umu činjenicu da i tržište gdje postoje prepreke za ulazak na tržište može imati karakteristike po kojima teži razvoju efikasnog tržišnog nadmetanja unutar odgovarajućeg vremenskog okvira. Težnja razvoje održive tržišne konkurencije unutar odgovarajućeg vremenskog okvira ne znači da će se isto dogoditi u vrlo kratkom razdoblju, već znači da je analizom utvrđeno da postoji određena dinamika tržišnih događaja koja bi mogla dovesti do efikasnog tržišnog nadmetanja i bez prethodne regulacije.

Za potrebe donošenja zaključaka o drugom kriterijumu, Agencija je analizirala sljedeće:

- količina saobraćaja ostvarenog u fiksnim mrežama i tržišni udio operatora prema broju ostvarenih minuta;
- tržišni udio operatora prema broju priključaka u fiksnoj javnoj komunikacionoj mreži u svrhu ostvarivanja javno dostupne telefonske usluge;
- tržišni udio operatora prema ostvarenim prihodima na relevantnom tržištu;
- tržišni udio prema broju korisnika

Na slici 1 je prikazano kretanje tržišnog udjela Crnogorskog Telekoma te ostalih operatora (Mtel, Telenor, Telemach, Ipmont) prema broju ostvarenih minuta lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji u posmatranom periodu

Slika 1 Tržišni udio Crnogorskog Telekoma te ostalih operatora (Mtel, Telenor, Telemach, Ipmont) prema broju ostvarenih minuta lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji



Izvor: upitnik za maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji

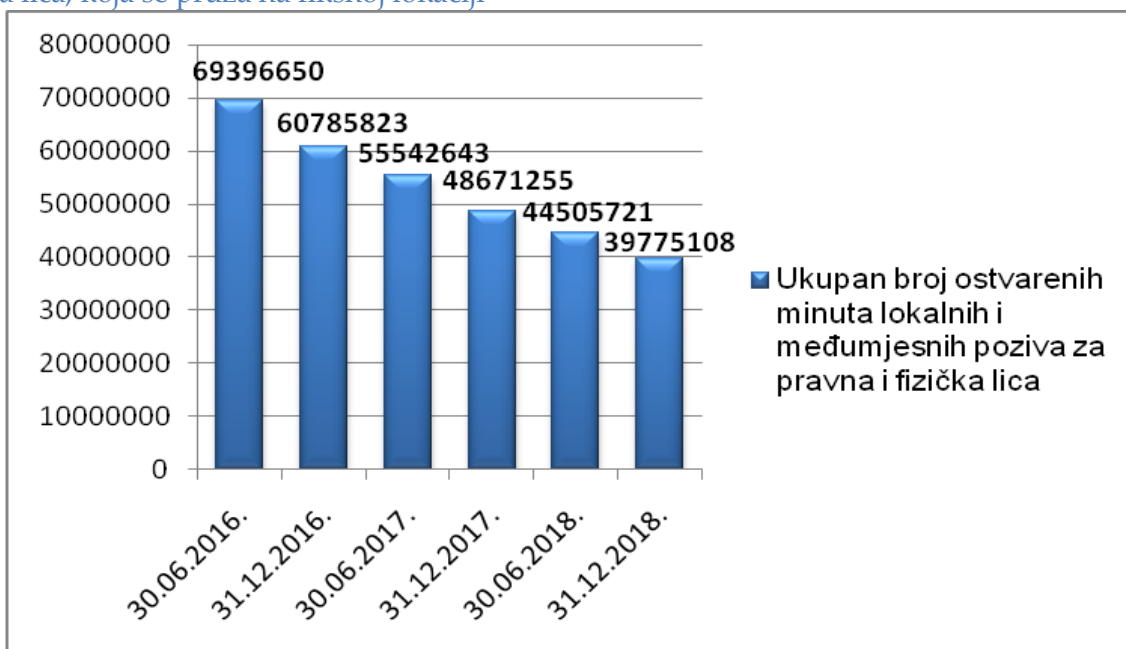
Tržišni udio Crnogorskog Telekoma u ukupno ostvarenim lokalnim i međumjesnim pozivima za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji na kraju posmatranog perioda od 87,57 procentnih poena ne upućuje na dinamičnost tržišta i promjene operatora od strane krajnjih korisnika-

Iz navedene slike 1 je vidljivo da Crnogorski Telekom i dalje ima snažan tržišni udio s kojim bi, u slučaju odsustva regulacije, mogao ugroziti status ostalih operatora koji djeluju na tržištu, a samim tim i daljnji razvoj efikasne tržišne konkurencije.

Za bolji prikaz udjela na tržištu javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji i za donošenje ispravnih zaključaka, potrebno je razmotriti još i kretanje ukupnog broja ostvarenih minuta lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji u posmatranom periodu i tržišne udjele operatora prema broju priključaka pravnih i fizičkih lica u svrhu korišćenja javno dostupne telefonske usluge.

Ukupan nacionalni saobraćaj koji potiče iz fiksnih mreža ostvaruje značajan silazni trend tokom relevantnog perioda. U 2017. godini je ostvaren pad od 15,7% i u 2018. godini još dodatnih 12,7% u poredjenju sa prethodnom godinom, što je ilustrovano Slikom br.2.

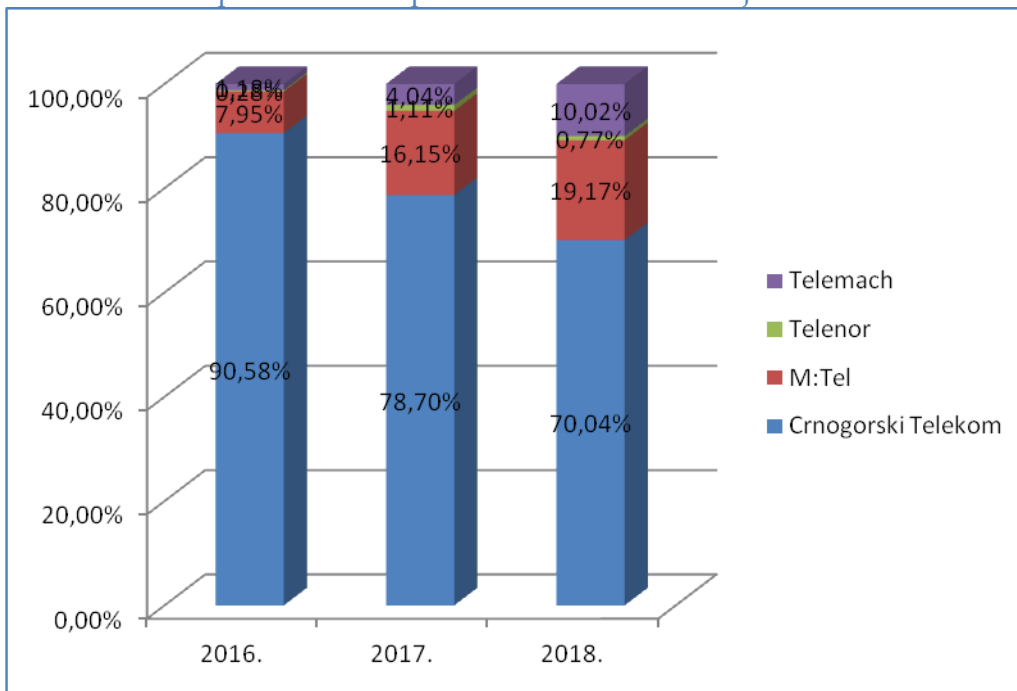
Slika 2 Kretanje ukupnog broja ostvarenih minuta lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji



Izvor: upitnik za maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji

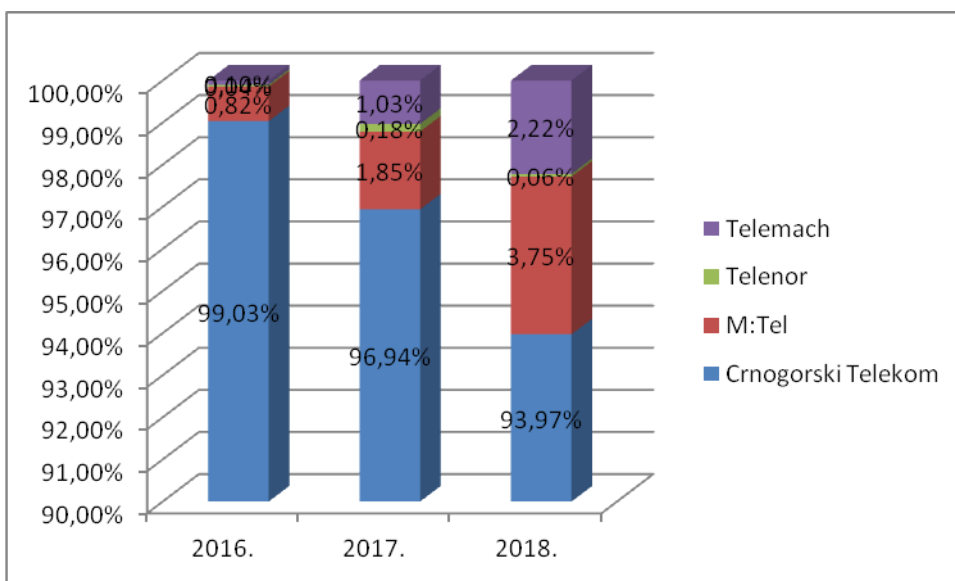
Tendencija smanjenja obima saobraćaja je posledica generalnog trenda prelaska korisnika na korišćenje usluga mobilne telefonije ili prenosa govora putem Interneta. Saobraćaj korisnika fiksne telefonije ka mobilnim mrežama se uvećavao u analiziranom periodu po stopi od cca 6%, što je pokazatelj određenog stepena fiksno-mobilne supstitucije. Pri tom, saobraćaj ka mobilnim mrežama korisnika fiksne mreže Crnogorskog Telekom-a je na stabilnom nivou u posmatranom nivou, dok su korisnici drugih fiksnih mreža ostvarili značajan porast saobraćaja ka mobilnim mrežama.

Slika 3 Učešće operatora u ukupno ostvarenom saobraćaju ka fiksnim i mobilnim mrežama



Izvor: podaci kojima raspolaže Agencija

Slika 4 Učešće operatora u ukupnom saobraćaju unutar mreže (on net) ostvarenom u fiksnim mrežama



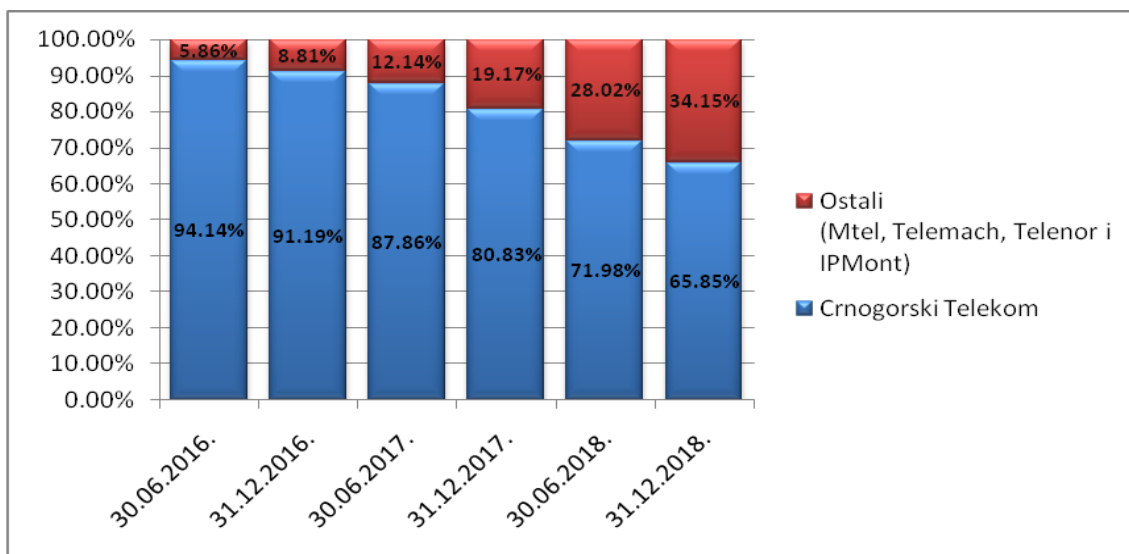
Izvor: Podaci kojima raspolaže Agencija

Najveći pad bilježi saobraćaj unutar fiksnih mreža, od čak 41% u 2018. god.u poredjenju sa 2016. godinom. Saobraćaj ka drugim fiksnim mrežama povećan je za 10,4% u 2017. godini i 89,36% u 2018. godini u poredjenju sa prethodnom, što je posledica fluktuacije korisnika i njihovog prelaska

u mreže drugih operatora. U prilog tome je i značajan trend porasta broja korisnika mreže Mtel-a, Telenora i Telemach-a, koji nije posledica samo migracije korisnika iz mreže Crnogorskog Telekom-a, već i proširenja pretplatničke baze pojavom novih korisnika fiksnih mreža. Naime, ukupan broj korisnika fiksne telefonije bilježi rast od 15% u 2018. godini u poredjenju sa 2016. godinom, nasuprot smanjenju korisničke baze Crnogorskog Telekom-a od 16% u istom periodu.

Istovremeno, kao što je vidljivo na slici 5, udio Crnogorskog Telekoma je prema broju priključaka pravnih i fizičkih lica u svrhu korištenja javno dostupne telefonske usluge iznosio preko 65%.

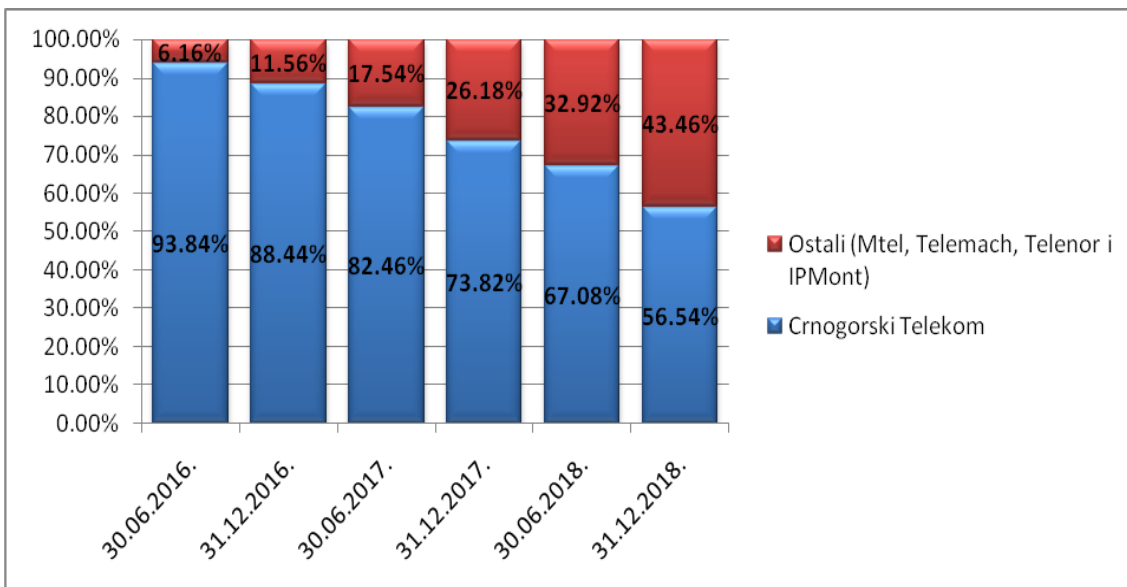
Slika 5 Tržišni udio Crnogorskog Telekoma te ostalih operatora (Mtel, Telenor, Telemach, Ipmont) prema broju priključaka pravnih i fizičkih lica u svrhu korištenja javno dostupne telefonske usluge



Izvor: upitnik za maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji

Takođe, prema podacima o prihodima kao što je vidljivo na slici 6, tržišni udio Crnogorskog Telekoma, po prihodima, na kraju posmatanog perioda na maloprodajnom tržištu javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji iznosi preko 55%.

Slika 6 Tržišni udio Crnogorskog Telekoma te ostalih operatora (Mtel, Telenor, Telemach, Ipmont) prema prihodu ostvarenom na maloprodajnom tržištu javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji

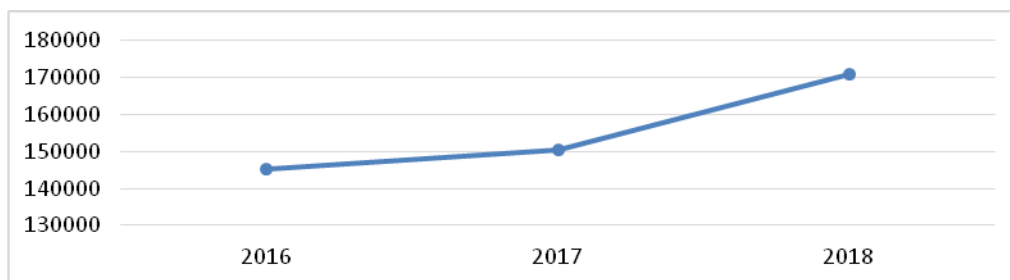


Izvor: upitnik za maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji

Evidentno je visok tržišni udio Crnogorskog Telekom na maloprodajnom tržištu javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji. Za potrebe donošenja zaključaka o drugom kriterijumu, Agencija je uzela u obzir i kretanje broja korisnika usluge pristupa javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji i učešće pojedinih operatora u pružanju ove usluge standalone i u okviru paketa.

Broj korisnika ove usluge svih operatora (kao standalone i u okviru paketa) je rastao tokom relevantnog perioda (slika br. 7).

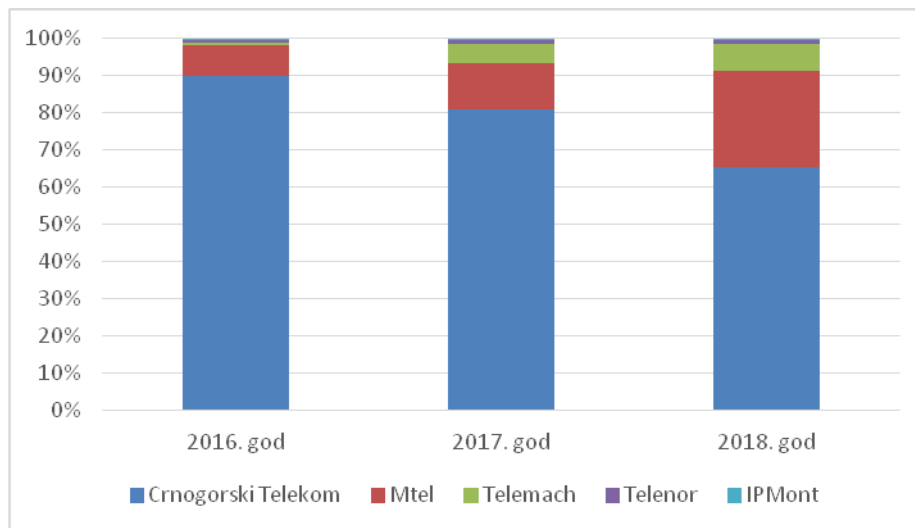
Slika 7 Kretanje broja korisnika usluge pristupa javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji



Izvor: Podaci kojima raspolaže Agencija

Učešće Crnogorskog Telekom u broju korisnika pristupa javnoj telefonskoj mreži tokom relevantnog perioda je opadalo kontinuirano i na kraju 2018.godine je iznosilo preko 65 % (Slika br. 8). Navedeni trend, iako ukazuje na izvjesno opadanje učešća Crnogorskog Telekom na ovom tržištu, nije pokazatelj težnje efikasnoj konkurenciji na ovom tržištu. Naime, tržišno učešće Crnogorskog Telekom je i dalje veoma visoko i znatno je iznad referentnih nivoa za koje se generalno smatra da su indikatori za status značajne tržišne snage

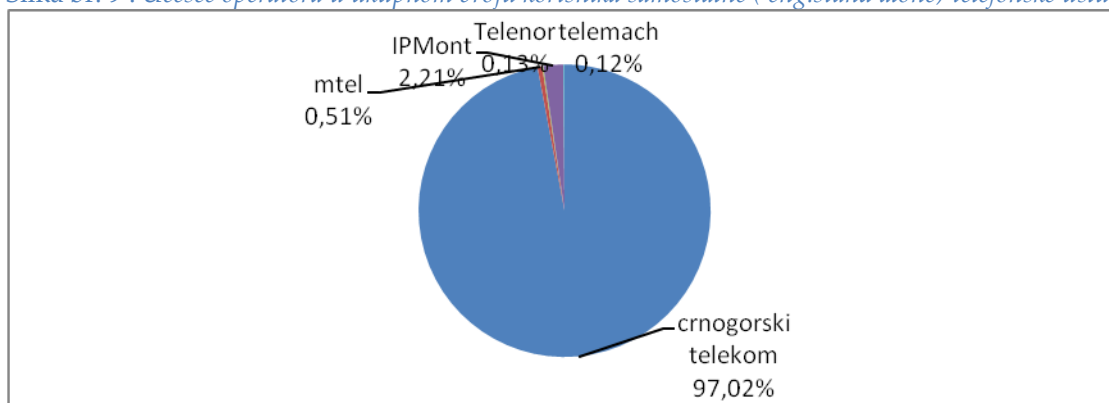
Slika 8 Kretanje učešća operatora u broju korisnika usluge pristupa javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji u cilju pružanja telefonske usluge



Izvor: Podaci kojima raspolaže Agencija

Navedeno potvrđuju podaci kojima Agencija raspolaže, koji pokazuju da je na kraju 2018. godine učešće Crnogorskog Telekoma u pružanju usluga pristupa javnoj fiksnoj mreži za potrebe korišćenja samostalne (eng. *stand alone*) telefonske usluge iznosilo preko 97%.

Slika br. 9 : Učešće operatora u ukupnom broju korisnika samostalne (eng. *stand alone*) telefonske usluge



Izvor: Podaci kojima raspolaže Agencija

Nadalje, učešće korisnika samostalnih (eng. *stand alone*) telefonskih usluga na fiksnoj lokaciji u ukupnom broju korisnika ove usluge (standalone i u okviru paketa) kod Crnogorskog Telekoma je 29%. U pitanju su korisnici koji ne mogu ili ne žele koristiti usluge pristupa internetu i kablovskoj TV.

Navedeno ukazuje na činjenicu da su usluge pristupa fiksnoj mreži ostalih operatora realizovane prevashodno u cilju pružanja ostalih usluga (internet, AVM i mobilne), a ne za potrebe pružanja usluga fiksne telefonije koje su omogućene u okviru paketa usluga.

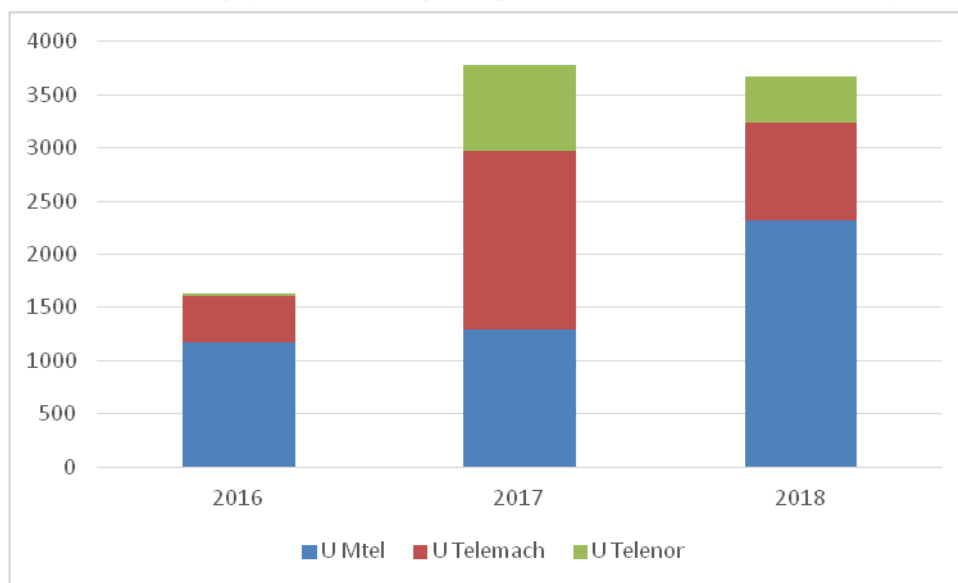
S tim u vezi, usluge fiksne telefonije se od strane korisnika alternativnih operatora ne koriste u mjeri koja bi ukazala na efikasnu konkurenciju na ovom tržištu.

Navedenim pokazateljima treba dodati i činjenicu da su korisnici u relevantnom periodu u malom broju koristili mogućnost prenosivosti broja i prešli na zamjensku uslugu u okviru povoljnijeg paketa kod drugog operatora (Mtel-a ili Telemacha). Očigledno je da je isto realizovano u cilju



korišćenja povoljnosti u pogledu korišćenja i drugih usluga u paketu, a ne isključivo usluge pristupa javnoj telefonskoj usluzi na fiksnoj lokaciji. Ovaj prelazak korisnika je uticao inicijalno na smanjenje broja korisnika Crnogorskog Telekom-a u korist povećanja broja korisnika drugih operatora (Slika br.10). Međutim, očigledno je da navedene promjene na ovom tržištu nisu dovele do značajne promjene u korišćenju usluge pristupa u cilju ostvarivanja telefonskih usluga na fiksnoj lokaciji, kao ni do značajnog smanjenja učešća Crnogorskog Telekom-a.

*Slika br. 10: Kretanje prenesenih brojeva u fiksним mrežama u relevantnom periodu*



*Izvor: Podaci kojima raspolaže Agencija*

Imajući u vidu prethodno navedeno, tržišna učešća Crnogorskog Telekom-a u okvirima prethodno navedenih parametara ukazuju da struktura tržišta ne pokazuje tendenciju razvoja efikasne tržišne konkurencije. Stoga se može zaključiti da u odsustvu regulacije ovo tržište ne bi težilo razvijenoj konkurenciji.

### 5.2.1 Zaključak o drugom kriterijumu

Na osnovu svih činjenica iznesenih u drugom kriterijumu, Agencija zaključuje da na maloprodajnom tržištu javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji ne postoji tendencija ka efikasnoj tržišnoj konkurenciji i ovo tržište ne bi, u odsustvu regulacije, težilo efikasnoj tržišnoj konkurenciji.

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

### 5.3 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:

#### **a) 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.

#### **b) 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.

#### **c) 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 udvostručiti.

#### **d) 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 udvosrtučiti infrastrukturu, odnosno u slučajevima u kojima je potrebno promovisati razvoj infrastrukturne konkurencije, primjena *ex-ante* regulacije mogla bi se dugoročno smatrati efikasnijom od primjene isključivo *ex-post* regulacije, odnosno od primjene propisa iz oblasti zaštite konkurencije. Naime, promovisanje razvoja infrastrukturne konkurencije zahtjeva unaprijed definisanje svih ključnih uslova, što propisima o zaštiti konkurencije nije moguće. Zatim, kod trećeg kriterijuma nije bitno uzeti u obzir samo činjenicu o tome jesu li propisi o zaštiti konkurencije dovoljni da se *ex-post* regulacijom riješi potencijalni problem koji se javio na tržištu, već je potrebno u obzir uzeti i činjenicu u kojem

razdoblju, u slučaju da se pojavi određeni problem, propisi o zaštiti konkurencije mogu isti riješiti. Agencija smatra da bi propisi o zaštiti konkurencije bili dovoljni da *ex-post* regulacijom riješe potencijalni problem koji se dogodio na tržištu, međutim, smatra da isti u ovom trenutku nisu u mogućnosti dovoljno brzo riješiti potencijalni problem, gdje je blagovremen intervencija neophodna. Dakle, naknadno sankcionisanje zloupotreba statusa značajne tržišne snage shodno Zakonu o zaštiti konkurencije moglo bi se pokazati kao neblagovremeno za održavanje postojećeg stepena liberalizacije i uslova tržišne konkurencije.

Zakonom o zaštiti konkurencije („Sl. list Crne Gore” broj 44/12 i 13/18) 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 utvrđuje povredu i može odrediti mjere koje su učesnici na tržištu dužni da preduzmu radi uspostavljanja konkurencije na relevantnom tržištu i otklanjanja štetnih posledica zloupotrebe dominantnog položaja, kao i rokove za njihovo izvršenje.

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 maloprodajnom tržištu javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji, ne bi omogućili dovoljno brzo rješavanje problema.

### **5.3.1 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 maloprodajnom tržištu pristupa javnoj telefonskoj mreži na fiksnoj lokaciji, za fizička i pravna lica, 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.**

## **5.4 Mišljenje nadležnog regulatornog tijela o utvrđivanju je li relevantno tržište podložno prethodnoj regulaciji**

Prema mišljenju Agencije, relevantno maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji 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.

U skladu s navedenim, odnosno činjenicom da je Agencija utvrdila, da su ispunjeni svi uslovi iz Testa tri kriterijuma, odnosno da je maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji podložno *ex ante* regulaciji, nastaviće se postupak analize tržišta koji uključuje procjenu postojanja operatora sa

značajnom tržišnom snagom, utvrđivanje svih postojećih i potencijalnih prepreka razvoju efikasne tržišne konkurencije, kao i određivanja razumnih, proporcionalnih i adekvatnih regulatornih obaveza operatorima za koje se utvrdi da imaju status operatora sa značajnom tržišnom snagom.

## 6. ANALIZA RELEVANTNOG TRŽIŠTA

Saglasno odredbama Zakona o elektronskim komunikacijama, poglavlje VI 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 efekтивna 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.

Agencija vrši analizu relevantnih tržišta i utvrđivanje značajne tržišne snage, u skladu sa Zakonom o elektronskim komunikacijama, uzimajući u obzir preporuke, mišljenja i smjernice odgovarajućih organa i organizacija Evropske Unije, odnosno drugih relevantnih međunarodnih organa ili organizacija.

U procjenjivanju pojedinačne značajne tržišne snage na relevantnom tržištu koje je predmet analize, Agencija u skladu sa Zakonom o elektronskim komunikacijama primjenjuje neke od sljedećih kriterijuma:

- 1) tržišni udio operatora na relevantnom tržištu i izmjene u strukturi u dužem vremenskom periodu;
- 2) barijere za ulazak na relevantno tržište i uticaj potencijalne konkurencije na tom tržištu;
- 3) uticaj velikih korisnika na snagu operatora (kompenzaciona kupovna moć);
- 4) odsustvo potencijalne konkurencije;
- 5) ekonomija obima i ekonomija širine;
- 6) tehnološka prednost i superiornost;
- 7) nivo razvijenosti prodajne i distributivne mreže;
- 8) stepen vertikalne integracije;
- 9) stepen diverzifikacije usluga;
- 10) povlašćen pristup tržištima kapitala ili finansijskim resursima;
- 11) ograničenje povećanja kapaciteta;
- 12) povezanost usluga koje pruža.

Nakon utvrđivanja i određivanja relevantnog tržišta, koji su opisani u poglavlju 4 ovog dokumenta, Agencija će, u svrhu procjene postojanja značajne tržišne snage operatora, izračunati tržišne udjele operatora na određenom relevantnom tržištu i tumačiti ih u skladu sa Smjernicama

Evropske komisije o relevantnim tržištima i mjerodavnom pravnom praksom Evropske unije iz oblasti tržišnog nadmetanja.

Potom će, analizom prikupljenih podataka u skladu s ostalim kriterijumima iz člana 68. Zakona o elektronskim komunikacijama, procijeniti postoji li na navedenom tržištu operator sa značajnom tržišnom snagom koji se nalazi u takvom ekonomskom položaju koji mu omogućuje da se u značajnoj mjeri ponaša nezavisno od konkurenata, korisnika usluga i potrošača.

Agencija će za potrebe procjene značajne tržišne snage operatora posmatrati s jedne strane Crnogorski Telekom ad, kao operatora s najvećom bazom korisnika spojenih sopstvenom pristupnom infrastrukturom, a s druge strane sve ostale operatore na tržištu.

Uz opisani pristup, Agencija će, prilikom procjenjivanja pojedinačne značajne tržišne snage na relevantnom tržištu koje je predmet analize primijeniti sljedeće kriterijume:

- 1) tržišni udio operatora na relevantnom tržištu i izmjene u strukturi u dužem vremenskom periodu;
- 2) barijere za ulazak na relevantno tržište i uticaj potencijalne konkurencije na tom tržištu;
- 3) stepen diverzifikacije usluga;
- 4) ekonomija obima i ekonomija širine;
- 5) stepen vertikalne integracije.

## **6.1 Tržišni udio operatora na relevantnom tržištu i izmjene u strukturi u dužem vremenskom periodu**

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

Tržišni udio se najčešće koristi kao indikator tržišne snage. Iako, u skladu sa smjernicama Evropske komisije, visoki tržišni udio nije sam po sebi dovoljna mjera kako bi se utvrdilo postojanje značajne tržišne snage (dominacije) na nekom relevantnom tržištu, malo je vjerovatno da će operator koji nema značajno tržišno učešće imati značajnu tržišnu snagu.

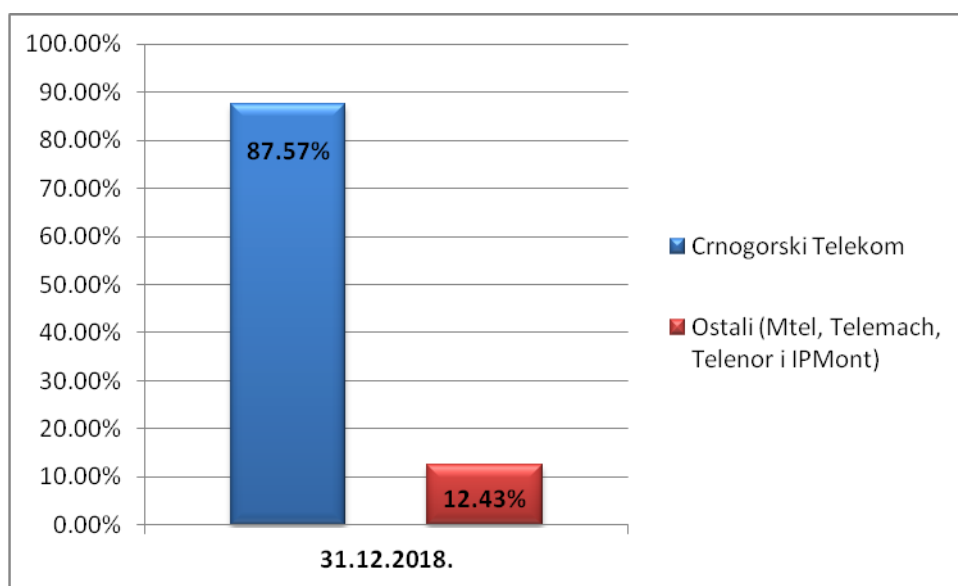
Prema tome, operator čije tržišno učešće ne premašuje 25% vjerovatno neće imati značajnu tržišnu snagu na relevantnom tržištu i u skladu s tim, operator čije tržišno učešće premašuje 50% je sam po sebi, osim u izuzetnim okolnostima, dovoljan dokaz postojanja značajne tržišne snage. Shodno praksi donošenja odluka od strane Evropske komisije, zabrinutost oko utvrđivanja pojedinačne značajne tržišne snage uglavnom nastaje u situaciji u kojoj operator ima tržišni udio iznad 40%. U skladu sa tim, postojanje značajne tržišne snage može u nekim slučajevima proizaći iz tržišnog učešća koji je manji od navedenog.

Takođe, možemo smatrati da operator na određenom tržištu ima značajno tržišno učešće ukoliko je isti stabilan kroz određeni vremenski period. S druge strane, promjenjivi tržišni udjeli pokazatelji su smanjivanja tržišne snage na relevantnom tržištu, a promjene u tržišnim udjelima

ogledaju se u promjenama koje su vidljive kroz promjene u prihodu ili broju usluga, koje operator nudi na tržištu.

Stoga će Agencija u ovom poglavlju, za potrebe procjene značajne tržišne snage operatora na maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji izračunati tržišni udio operatora te će isti tumačiti u skladu sa smjernicama Evropske komisije i relevantnom pravnom praksom Evropske unije iz oblasti tržišne konkurencije.

Slika 11 Tržišni udio Crnogorskog Telekoma te ostalih operatora (Mtel, Telenor, Telemach, Ipmont) prema broju ostvarenih minuta lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji na dan 31.12.2018 godine



Izvor: upitnik za maloprodajno tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji

Kao što se vidi sa grafika, na dan 31.12.2018 godine na predmetnom tržištu učešće Crnogorskog Telekoma je 87.57% i svih sotalih operatora koji su na ovoam tržištu zastupljeni je 12,43 %. Ovakav tržišni odnos ukazuje na postojanje značajne tržišne snage koju Crnogorski Telekom ima na ovom relevantnom tržištu.

Takođe, na osnovu ovih tržišnih učešća dolazi se do vrijednosti  $HHI = (0,8757)^2 + (0,1242)^2 = 0.7813$ . Kako se svaka vrijednost HHI veća od 0,25 smatra slučajem visoke koncentracije usluga, odnosno niske konkurentnosti na tržištu, očigledno je da se u slučaju ovako visoke vrijednosti HHI ne može govoriti o postojanju konkurencije.

Na osnovu pomenute HHI vrijednosti može se zaključiti da Crnogorski Telekom ima značajnu tržišnu snagu na relevantnom tržištu, a ukoliko se uporede učešća na maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, vidi se da je učešće ostalih operaotora - Mtel, Telemach, Telenor i Ipmont toliko nisko da se ne može govoriti o udruženoj tržišnoj snazi Crnogorskog Telekoma i bilo kojeg od ostalih operatora na ovom relevantnom tržištu.

Osim toga, potrebno se osvrnuti na trendove koji su prikazani na slici broj 1 datoj u ovom dokumentu koji ukazuju na činjenicu kako tržište postupno postaje konkurentnije, međutim, isti nedvosmisleno ukazuju na značajnu tržišnu snagu Crnogorskog Telekom. Naime, prema utvrđenoj sudskoj praksi, tržišni udio operatora koji premašuje 50%, je sam po sebi, osim u izuzetnim okolnostima, dovoljan dokaz postojanja vladajućeg položaja. Agencija smatra da će se prikazani trend blagog smanjivanja tržišnog udjela Crnogorskog Telekom nastaviti i u idućem trogodišnjem razdoblju na koje se odnosi ova analiza, ali ipak nije realno očekivati da će isti pasti ispod 50%.

Međutim, važno je naglasiti kako visoki tržišni udio nije jedini i odlučujući kriterijum u procjenjivanju pojedinačne značajne tržišne snage. Tržišni udio jedino može ukazati na mogućnost postojanja značajne tržišne snage pojedinog operatora. Isto tako, iz Smjernica Evropske komisije proizlazi da: „dominantna pozicija može proisteći iz kombinacije kriterijuma za određivanje značajne tržišne snage, koji uzeti u obzir odvojeni možda ne bi bili odlučujući“. Saglasno navedenom, Agencija je mišljenja kako treba uzeti u obzir i druge kriterijume kako bi utvrdila postoji li na određenom tržištu operator koji djeluje nezavisno o konkurenciji i korisnicima.

## 6.2 Barijere za ulazak na relevantno tržište i uticaj potencijalne konkurencije na tom tržištu

Crnogorski Telekom je telekomunikaciona kompanija koja na čitavoj teritoriji Crne Gore pruža sve telekomunikacione usluge iz svog portfolija - usluge fiksne telefonije, mobilne telefonije, prenosa podataka, pristupa Internetu, iznajmljenih linija, distribucije RTV programa.

U junu 2011. završen je projekat centralizacije PSTN mreže Crnogorskog Telekom. Cilj projekta je bio da se smanji broj mrežnih PSTN elemenata starije proizvodnje, definiše jasna mrežna arhitektura PSTN mreže CT-a kao i da se korisnicima obezbjedi pouzdan PSTN telefonski servis. Rezultat je znatno pojednostavljena arhitektura PSTN mreže koja je prikazana na slici ispod. Ukinuto je 6 lokalnih centrala tipa AXE10 aplikacije *Local 6* (LC Budva, LC Bar, LC Herceg Novi, LC Berane, LC Pljevlja, LC Bijelo Polje). U Herceg Novom instalirana je centrala tipa AXE10 sa aplikacijom *Enabler 1.0* na koju su agregirani RSU-ovi koji su ranije bili povezani na stare LC Herceg Novi i LC Kotor. Oznaka nove centrale je *ME Herceg Novi*. Na staru LC1 Podgorica agregirani su RSU-ovi stare LC Nikšić. Oznaka centrale nakon centralizacije je *ME Podgorica 1*. Na LC3 Podgorica agregirani su RSU-ovi starih LC Budva i LC Bar. Oznaka centrale nakon centralizacije je *ME Podgorica 2*. U Bijelom Polju je instalirana *ME Bijelo Polje* (bivša tranzitna centrala Podgorica) na koju su agregirani RSU-ovi stare LC Bijelo Polje, LC Berane i LC Pljevlja. U Bijelom Polju je instalirana potpuno nova kombinovana međunarodno-tranzitna centrala sa novijim tipom hardvera (AXE810) koja radi u tandemu sa međunarodno-tranzitnom centralom IE Podgorica. Oznaka nove centrale je *IE Bijelo Polje*.

Centrala	HW platforma	SW platforma	Rang centrale
ME Podgorica 1	AXE 10	Enabler 1.0	Tranzitno/lokalna (Glavna)
ME Podgorica 2	AXE 10	Enabler 1.0	Tranzitno/lokalna (Glavna)
ME Bijelo Polje	AXE 10	Enabler 1.0	Tranzitno/lokalna (Glavna)
ME Herceg Novi	AXE 10	Enabler 1.0	Tranzitno/lokalna (Glavna)
IE Podgorica	AXE 10	Enabler 1.0	Međunarodno/tranzitna
IE Bijelo Polje	AXE 810	Enabler 1.0	Međunarodno/tranzitna



*Hardverske platforme i softverske aplikacije AXE centrala u PSTN mreži Crnogorskog Telekomoma (proizvođač Ericsson)*

Osim centrala tipa AXE10/AXE810 proizvođača Ericsson u fiksnoj PSTN mreži CT-a prisutne su i centrale tipa SI2000 v5 i SI2000v4 proizvođača Iskratel. Ove centrale služe kao krajnje centrale i koriste se za pružanje telefonskog POTS/ISDN servisa korisnicima koji imaju direktni telefonski priključak (SI2000 v5) odnosno samo POTS servisa korisnicima sa dvojničkim telefonskim priključkom (SI2000 v4). Ove centrale su povezane na glavne centrale (ME), a njihov pregled prikazan je u sljedećoj tabeli. SI2000v4 centrale su povezane na nadređene centrale po R2 signalizaciji.

Centrala	HW platforma	SW platforma	Rang centrale
LC Cetinje	SI2000 v5		Krajnja lokalna
LC Tivat	SI2000 v5		Krajnja lokalna
LC Plav	SI2000 v5		Krajnja lokalna
LC Danilovgrad	SI2000 v5		Krajnja lokalna
LC Masline	SI2000 v4		Krajnja lokalna
LC Pljevlja	SI2000 v4		Krajnja lokalna
LC Bar	SI2000 v4		Krajnja lokalna
LC Cetinje	SI2000 v4		Krajnja lokalna

*Hardverske platforme SI2000 centrala u PSTN mreži Crnogorskog Telekomoma (proizvođač Iskratel)*

Na LC Podgorica 1 (Enabler 1.0) vezani RSS/CSS-ovi LC Nikšić i SI 2000 Danilovgrad. Ova centrala se koristi za pružanje usluga na teritoriji: Podgorica, Nikšić, Danilovgrad, Kolašin, Šavnik i Plužine. Na LC Podgorica 3 (Enabler 1.0) vezani su RSS/CSS-ovi LC Budva i LC Bar. Ova centrala se koristi za pružanje usluga na teritoriji opština: Podgorica, Budva, Cetinje, Bar i Ulcinj Na novu LC Herceg Novi (Enabler 1.0) vezani su RSS/CSS-ovi LC Kotor i SI 2000 V5 Tivat. Na novu LC Bijelo Polje (Enabler 1.0) vezani su RSS/CSS-ovi LC Berane i LC Pljevlja, kao i SI 2000 v5 Plav. Ova centrala se koristi za pružanje uslga na teritoriji opština: Bijelo Polje, Mojkovac, Pljevlja, Žabljek, Berane, Rožaje, Andrijevića i Plav.

U objektu Telekomunikacionog centra Bijelo Polje izgrađen je Disaster Recovery Site. Kod novih AXE centrala, zajednička HW platforma je AXE 810 koja se odlikuje većim kapacitetima, smanjenim dimenzijama i lakšim održavanjem. Softverska platforma koja se koristi je Enabler 1.0 i ona je nasljednik platformi AXE Local 7.2, TransLocal 4.2 i Transgate 5.2. Svrha ovog proizvoda je da pruži dodatna poboljšanja rješenja fiksne telefonije u smislu kapaciteta, nižih cijena održavanja i pouzdanosti. Ovaj proizvod, takođe, podržava migraciju na platformu ENGINE Integral Network. Pomenuta platforma predstavlja osnovu za implementaciju funkcija pod zajedničkim nazivom Podrška za regulatorne servise (eng. *Support for regulatory Services*), a ujedno i osnova za kasniju implementaciju traženih funkcija legalnog presretanja (eng. *Lawful interception*) i prenosivosti brojeva (eng. *Number portability*). Softverska platforma Enabler podržava sve funkcije lokalne, tranzitne i internacionalne telefonske centrale, kao i signalizacione protokole SS7, međunarodni ISUP, PRA (DSS1), V5 i CAS R2.

Sa stanovišta pristupne mreže, investiranje u njenu izgradnju i stavljanje iste u funkciju predstavljaju veoma ozbiljne poslovne odluke, odnosno kapitalna ulaganja, koja su uslovljena detaljno razrađenim poslovnim planovima i definisanjem razumnog vremenskog roka povraćaja uloženi sredstava. Ulazak na tržište zahtijeva od novih operatora značajna ulaganja i to većinom

u obliku nenadoknadivih troškova (*eng.sunk cost*), koje operatori u slučaju neuspjeha i izlaska sa tržišta neće moći nadoknaditi.

Kako bi izgradio pristupnu mrežu na bazi bakarne parice ili optičkog kabla do krajnjih korisnika, novi operator mora ili sam graditi pristupnu infrastrukturu do krajnjih korisnika ili koristiti pristupnu infrastrukturu drugog operatora. Izgradnja sopstvene pristupne infrastrukture je otežana ne samo zbog visokih i nenadoknadivih troškova koje se odnose na građevinske radove (kopanje kanala, postavljanje cijevi, provlačenje kablova, zatrpavanje iskopanih kanala) već i usled visoke cijene dobijanja potrebnih dozvola (a u nekim slučajevima i nemogućnosti dobijanja istih).

Imajući u vidu geografsku zastupljenost pristupne mrežne infrastrukture Crnogorskog Telekom na teritoriji Crne Gore, te činjenice da je rađena tokom dugog vremenskog perioda, odnosno tokom perioda kada je Crnogorski Telekom poslovao kao javno preduzeće u državnom vlasništvu, zaključuje se da njeno udvostručavanje (replikacija) ne bi bilo ekonomski isplativo.

Takođe, shodno tehnološkom razvoju i orijentaciji ka mrežama nove generacije, odnosno mogućnosti da uz relativno male investicije poboljša kvalitet svoje pristupne mreže, Crnogorski Telekom će vrlo vjerovatno investirati u tom pravcu, provlačeći optičke kablove kroz postojeću (sopstvenu) kanalizaciju. Imajući u vidu da troškovi kopanja učestvuju sa oko 50-80% u ukupnim troškovima izgradnje pristupne mreže, Agencija smatra da će takvom orijentacijom Crnogorski Telekom dodatno učvrstiti svoj tržišni položaj u dijelu pristupa telekomunikacionoj mreži.

Nadalje, regulacijom veleprodajnih tržišta pristupa, odnosno tržišta započinjanja (originacije) poziva iz javnih komunikacijskih mreža koje se pruža na fiksnoj lokaciji, Agencija je omogućila novim operatorima uspostavljanje direktnog ili indirektnog pristupa mreži Crnogorskog Telekom-a, čime je ujedno olakšano novim operatorima pristup krajnjem korisniku. Međutim, navedenim nije uklonjena, već je samo ublažena prednost Crnogorskog Telekom-a nad ostalim operatorima, a koja proizlazi i iz vlasništva nad mrežnom infrastrukturom.

Shodno navedenom, Agencija smatra da do sljedeće analize nijedan operator ne može da udvostruči (replicira) mrežnu infrastrukturu Crnogorskog Telekom-a i na taj način ugrozi njegov tržišni položaj. Naime, navedenu infrastrukturu teško je replicirati, posebno mrežu za pristup icanalizaciju, jer njihova izgradnja zahtijeva velika kapitalna ulaganja, kao i dug vremenski period za realizaciju projekta, odnosno za povraćaj investicija. Bilo da grade svoju mrežu ili da iznajmljuju infrastrukturu, novi operatori su primorani da formiraju više cijene svojih usluga, što dovodi do smanjenja njihove konkurentnosti u odnosu na postojeće tržišne igrače. Ove strukturne barijere za ulazak na tržište poziva mogu se otkloniti uvođenjem izbora i predizbora operatora, ako i razvezanim pristupom lokalnoj petlji, čime bi se manjim operatorima omogućio pristup na tržištu usluga, bez izgradnje sopstvene mreže.

Zbog svega navedenog, Agencija zaključuje da Crnogorski Telekom posjeduje i kontroliše infrastrukturu koju je teško replicirati, i da po tom osnovu ostvaruje prednost u odnosu na svoje konkurente, što je još jedan pokazatelj statusa operatora sa značajnom tržišnom snagom.

### **6.3 Step en diverzifikacije usluga**

Iako je zakonski okvir u Crnoj Gori pratio razvoj mreža i servisa, Agencija je, u cilju potpunog sagledavanja položaja Crnogorskog Telekom-a na relevantnom tržištu uzela u obzir i postojanje veleprodajnih ponuda, putem kojih operatori mogu ostvarivanjem pristupa mreži Crnogorskog

Telekoma i ponuditi javno dostupnu telefonsku uslugu u lokalnim i međumjesim pozivima za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji, a omogućavaju ublažavanje ili potpuno uklanjanje visokih barijera ulasku na predmetno maloprodajno tržište.

S tim u vezi, na veleprodajnom nivou Crnogorski Telekom ima obavezu pružanja sljedećih veleprodajnih usluga:

- usluga izdvojenog pristupa lokalnoj petlji
- usluga samostalnog virtualnog kanala za govor (VoIP)
- usluga mogućnosti izbora/ predizbora operatora
- usluga iznajmljivanja linija na veleprodajnom nivou

putem kojih su operatori u mogućnosti da pružaju maloprodajne usluge telefonskih poziva u lokalnim i međumjesim pozivima za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji.

Međutim, iako su ove usluge u analiziranom periodu bile dostupne, za njima nije bilo tražnje, već su se alternativni operatori pretežno opredjeljivali za izgradnju sopstvene mreže za pristup. Telenor, Telemach i Mtel pružaju telefonske usluge putem sopstvene mreže koju su izgradili u proteklom periodu, koristeći veleprodajne usluge Crnogorskog Telekoma, Komunalnih usluga - Podgorica i CEDIS-a u vidu usluga zakupa telekomunikacione kablovske kanalizacije, dark-fibera, zakupa niskonaponskih stubova i stubova jave rasvjete. Navedeno ukazuje na mogućnost prelaska na korišćenje usluga drugog operatora ali samo u slučaju da isti ima odgovarajuću infrastrukturu na datoj lokaciji.

Dakle, u relevantnom periodu operatori su koristili veleprodajne usluge zakupa telekomunikacione kablovske kanalizacije, zakupa optičkih kablova, elektro energetske stubova i stubova javne rasvjete, kao i izbora operatora u cilju širenja svojih mreža i omogućavanja pristupa istoj sa ciljem pružanja prvenstveno paketa usluga, u okviru kojih je omogućen i pristup javnoj telefonskoj usluzi na fiksnoj lokaciji. Međutim, polazeći od neujednačene zastupljenosti operatora u opštinama na teritoriji Crne Gore u pogledu pristupa javnoj telefonskoj usluzi na fiksnoj lokaciji, broja korisnika ove usluge, a posebno broja korisnika standalone telefonske usluge, Crnogorski Telekom i dalje ima najveću zastupljenost u smislu pokrivenosti teritorije Crne Gore. Činjenica je da ostali operatori uglavnom nemaju svoju infrastrukturu koju bi koristili za razvoj svojih mreža a u cilju pružanja javne telefonske usluge na fiksnoj lokaciji, već su prinuđeni da isto zakupljuju od Crnogorskog Telekoma, Komunalnih usluga Podgorica i CEDIS-a i drugih vlasnika infrastrukture. Nadalje, veleprodajne usluge (WLR, izbor i predizbor), iako su u ponudi, nisu zaživjele i ne mogu se smatrati dovoljnim preduslovom eliminacije statusa Crnogorskog Telekoma kao operatora sa značajnom tržišnom snagom na maloprodajnom tržištu javno dostupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koja se pružana fiksnoj lokaciji za pravna i fizička lica

Na tržištu javno dostupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koja se pruža na fiksnoj lokaciji za pravna i fizička lica, Crnogorski Telekom je vertikalno integrisani operator, odnosno operator koji djeluje na maloprodajnom tržištu javno dostupne telefonske usluge koja se pruža na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica, te povezanim veleprodajnim tržištima pristupa. Na osnovu navedenog, a uzimajući u obzir da Crnogorski Telekom raspolaže mrežnom infrastrukturom na cijelom području Crne Gore, vertikalna integracija i kontrola nad infrastrukturom pružaju mu ključnu prednost u odnosu na druge operatore na maloprodajnom tržištu, iz čega se zaključuje kako Crnogorski Telekom ima visok stepen vertikalne integracije koja dodatno jača tržišnu poziciju istog i posljedično slabi tržišnu poziciju ostalih operatora na tržištu.

Takodje, potrebno je naglasiti da postojanje veleprodajnih ponuda, putem kojih operatori mogu ostvariti direktni ili indirektni pristup mreži bivšeg monopolista, ne može u potpunosti ukloniti već samo ublažiti postojanje visokog stepena vertikalne integracije bivšeg monopoliste.

Stoga, Agencija zaključuje da je Crnogorski Telekom prisutan na svim relevantnim tržištima u sektoru elektronskih komunikacija i u svim opštinama u Crnoj Gori, i da *vrši diverzifikaciju svojih usluga*. Takođe, zbog položaja svoje tržišne moći na čitavoj teritoriji Crne Gore, ovaj operator je u poziciji *da na posmatranom maloprodajnom tržištu lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, ostvari prednost u odnosu na konkurente po osnovu vezivanja usluga, odnosno prodaje paketa, što govori u prilog njegovoj značajnoj tržišnoj snazi*.

## 6.4 Ekonomija obima i ekonomija širine

Ekonomija obima (eng. *economy of scale*) nastaje smanjivanjem jediničnih (prosječnih) troškova proizvodnje, zbog povećanja obima proizvodnje, odnosno, smanjivanjem prosječnih troškova pružanja usluge na relevantnom tržištu, povećanjem broja korisnika te usluge. Važne su zbog ostvarivanja troškovnih prednosti iz veličine pojedinih poslovnih operacija, odnosno, u industrijama gdje je efekt ekonomija obima veći, veće preduzeće uvijek ima troškovne prednosti nad malim poduzećem. Mogućnost osiguravanja nižih troškova, i zbog toga postizanja niskih cijena, čini važan izvor konkurentske prednosti na tržištima gdje je cjenovna konkurencija glavni oblik suparništva među preduzećima. Operatori na relevantnom tržištu mogu da ostvaruju ekonomiju obima tako što će se specijalizovati za pružanje samo jedne usluge, što može da predstavlja barijeru prilikom ulaska novih operatora.

Crnogorski Telekom a.d. Podgorica je dugo godina bio jedini operator koji je pružao pristup javno dostupnoj telefonskoj usluzi u fiksnoj mreži, a samim tim i javno dostupnu telefonsku uslugu u fiksnoj mreži, krajnjim korisnicima na teritoriji Crne Gore i kao takav uživa prednosti ekonomija obima pružajući navedene usluge. Iz navedenog slijedi kako je jedinični trošak Crnogorskog Telekom-a a.d. Podgorica za pružanje navedenih usluga puno niži od troška koji će za istu uslugu imati operator koji tek ulazi na tržište. Naime, trošak usluge terminacije poziva operatora koji koriste veleprodajnu uslugu je po minutu poziva uvijek isti, bez obzira koliko minuta poziva su korisnici tog operatora generisali. Za razliku od ostalih operatora, u slučaju Crnogorskog Telekom-a a.d. Podgorica, ukupni trošak usluge po jedinici pružanja usluge pada u odnosu na ostvareni broj minuta.

Na maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, prosječni troškovi priključenja na mrežu se smanjuju sa porastom broja pretplatnika na područjima koja su već pokrivena mrežom za pristup i ostalom elektronskom komunikacionom opremom.

Uzimajući u obzir vlasništvo nad mrežom za pristup za pružanje javno dostupne telefonske usluge koja pokriva skoro čitavu teritoriju Crne Gore, Agencija zaključuje da Crnogorski Telekom *ostvaruje prednost ekonomije obima na tržištu poziva*, tj. jedinični troškovi za pružanje ove usluge u slučaju Crnogorskog Telekoma su niži od jediničnih troškova operatora koji su tek počeli ili planiraju da počnu poslovanje, što je još jedan pokazatelj statusa operatora za značajnom tržišnom snagom.

Ekonomija širine (opsega) (eng. *economy of scope*) se odnosi na potencijalne prednosti operatora uslovljene zajedničkom ponudom različitih proizvoda i usluga (kada prosječni troškovi po jedinici proizvoda ili usluge opadaju kao rezultat zajedničke proizvodnje različitih proizvoda ili usluga).

Infrastrukturni operatori su horizontalno integrisani operatori odnosno operatori koji krajnjim korisnicima nude čitavu lepezu usluga (javno dostupna telefonska usluga, usluga širokopojasnog pristupa Internetu, usluga IPTV-a). Upotreba različite infrastrukture za različite servise u fiksnoj mreži pojavila se sa početkom pružanja usluge mobilne telefonije, a kasnije i širokopojasnog pristupa internetu putem ADSLa i IPTV-a. Crnogorski Telekom prilikom pružanja mobilne telefonije koristi sisteme prenosa i kablovsku infrastrukturu fiksne mreže za povezivanje svojih sistema i vezu ka drugim operatorima, a infrastrukturu za pristup koristi i za pružanje usluga ADSL i IPTV. Upravo ta horizontalna integracija omogućava operatorima korišćenje prednosti ekonomija širine.

Uzimajući u obzir vlasništvo nad mrežom za pristup za pružanje javno dostupne telefonske usluge koja pokriva čitavu teritoriju Crne Gore, Agencija zaključuje da Crnogorski Telekom ostvaruje prednost ekonomije širine na posmatranom maloprodajnom tržištu lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, što govori u prilog njegovoj tržišnoj snazi.

## **6.5 Stepen vertikalne integracije**

Prilikom analize stepena vertikalne integracije na relevantnom tržištu ispituje se da li postoji operator koji je prisutan na više različitih i vertikalno povezanih, veleprodajnih i maloprodajnih tržišta. Postojanje vertikalne integracije se tretira kao zauzimanje značajne tržišne snage i pokušaj istiskivanja konkurencije sa potencijalno konkurentskog tržišta ili samo ometanje konkurencije pri ulasku na tržište. Vertikalna integracija se uskladu sa Smjernicama Evropske komisije tretira kao zauzimanje tržišne moći.

Agencija zaključuje da je *Crnogorski Telekom vertikalno integrisan operator koji pruža usluge na svim tržištima fiksne telekomunikacione mreže*. Crnogorski Telekom raspolaže infrastrukturom na cijelom području Crne Gore, vertikalna integracija i kontrola nad infrastrukturom mu pružaju ključnu prednost u odnosu na ostale konkurente, što se odražava i na maloprodajnom tržištu poziva koje je i predmet ove analize, iz čega se zaključuje kako Crnogorski Telekom ima visok stepen vertikalne integracije koja dodatno jača tržišnu poziciju istog i posljedično slabi tržišnu poziciju ostalih operatora na tržištu.

## **6.6 Zaključak o procjeni postojanja operatora sa značajnom tržišnom snagom**

Agencija smatra da analiza drugih kriterijuma za procjenu pojedinačne značajne tržišne snage nije potrebna, i da isti ne utiču na rezultat analize, odnosno da bi analiza drugih kriterijuma, pored onih koji su obrađeni, takođe dovela do zaključka da Crnogorski Telekom ima značajnu tržišnu snagu na relevantnom maloprodajnom tržištu lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji. Takođe, Agencija zaključuje da na posmatranom tržištu ne postoji više operatora koji posjeduju zajedničku tržišnu snagu.

Na osnovu sprovedene analize, Agencija je utvrdila da na relevantnom maloprodajnom tržištu lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji ne postoji efikasna konkurencija. Takođe, Agencija je utvrdila da Crnogorski Telekom ima značajnu tržišnu snagu i dominantan položaj na ovom tržištu, čime mu je omogućeno da se ponaša nezavisno od konkurencije i korisnika usluga.

## 7. PREPREKE RAZVOJU KONKURENCIJE

Agencija je sagledala sve potencijalne prepreke razvoju tržišne konkurencije, koje bi, u odsustvu ex ante regulacije, mogle negativno uticati na interese krajnjeg korisnika. Time je omogućeno određivanje regulatornih obaveza koje će najefikasnije ukloniti uočene prepreke i zaštititi interese krajnjih korisnika.

Agencija smatra preprekom razvoju tržišne konkurencije svako ponašanje operatora sa značajnom tržišnom snagom koje je usmjereno na izbacivanje postojećih konkurenata s tržišta, sprečavanje ulaska na tržište novim konkurentima ili svako postupanje suprotno interesima krajnjih korisnika<sup>14</sup>.

S obzirom da postupak određivanja regulatornih obaveza, definisan regulatornim okvirom Evropske Unije i Zakonom o elektronskim komunikacijama, ne podrazumijeva da se zloupotreba statusa značajne tržišne snage stvarno desila, to će Agencija svaku prepreku smatrati za moguću pod određenim okolnostima. Takođe, Agencija smatra da regulatorne obaveze treba da imaju preventivno dejstvo i da, iako u skladu sa evropskom praksom, treba da su primjerene nacionalnim specifičnostima.

Shodno dokumentu ERG (06) 33, regulatorna praksa prepoznaje 27 uobičajenih prepreka razvoju tržišne konkurencije, zasnovanih na iskustvima regulatornih tijela, pri čemu regulatorna tijela imaju slobodu da prepoznaju moguće prepreke specifične za određenu državu koje su van tog okvira, s obzirom da se radi o preprekama koje se mogu, ali ne moraju pojaviti na svakom tržištu i u svakoj situaciji. Ovih 27 uobičajenih prepreka imaju svoju tržišnu i uzročno posledičnu dimenziju, a ogledaju se kroz:

1. Prenošenje 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 tržišne konkurencije je bitno zbog mogućnosti preventivnog djelovanja na svako postupanje koje je nije u skladu sa efikasnom tržišnom konkurencijom i interesima krajnjih korisnika. Preventivno djelovanje se realizuje putem izbora adekvatnih regulatornih obaveza, koje će najbolje riješiti prepoznate prepreke razvoju konkurencije na relevantnom tržištu.

Naime, prema mišljenju Agencije, uzrok značajne tržišne snage operatora ukazuje na postojanje prepreka tržišne konkurencije u odsustvu regulacije, pa bi blagovremeno nametanje regulatornih obaveza spriječilo prenošenje značajne tržišne snage na susjedna tržišta i

---

<sup>14</sup> Revised ERG Common Position on the approach to appropriate remedies in the ECNS regulatory framework, Final Version May 2006, ERG (06)33

povećanje prepreka ulasku na tržište. Time bi se pospješio ulazak na tržište i razvoj konkurencije. Ukoliko je na tržištu mala vjerovatnoća ulaska novih operatora uslijed prednosti prvog operatora, regulatorno tijelo je u obavezi da zaštiti interese krajnjih korisnika i pospješi efikasnost operatora sa značajnom tržišnom snagom.

S tim u vezi Agencija će, u cilju sagledavanja ukupnog ambijenta na tržištu i utvrđivanja uzroka značajne tržišne snage operatora, definisati moguće strukturalne i regulatorne prepreke, kako bi bila u mogućnosti da nametne adekvatne regulatorne obaveze operatoru sa značajnom tržišnom snagom.

Takođe, na tržištima gdje je ulazak na tržište novih operatora malo vjerovatan i gdje tržišna snaga ostaje nepromjenjiva zbog prednosti prvog ulaska na tržište (*first mover advantage*), Agencija mora zaštititi korisnike od postupanja suprotno njihovim interesima i neefikasnosti operatora sa značajnom tržišnom snagom.

## **7.1 Tržišna dimenzija prepreka razvoju konkurencije**

U regulatornoj praksi su, shodno tržišnoj dimenziji, poznata četiri slučaja, 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.

### **7.1.1 Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage**

Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage, koje se odnosi na operatora koji je prisutan na veleprodajnom i srodnom vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu<sup>15</sup>. 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 maloprodajno tržište, čime bi sebi obezbijedio povoljan status na oba tržišta.

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

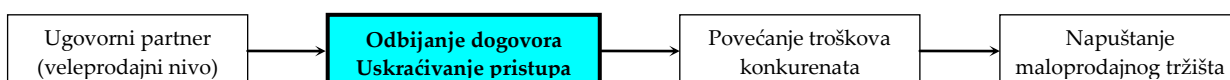
- Odbijanje odgovora/uskraćivanje pristupa
- Diskriminirajuće korišćenje informacija ili uskraćivanje informacija
- Taktike odgađanja
- Integralni/kombinovani paketi usluga
- Nerazumni/neopravdani zahtjevi

---

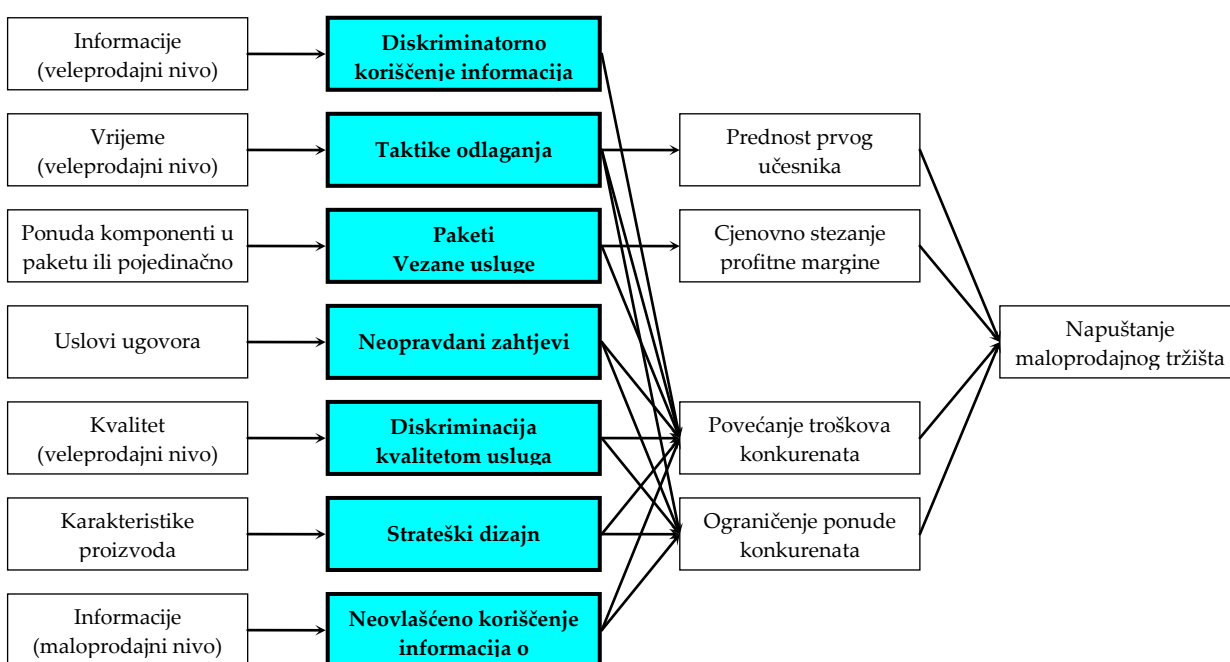
<sup>15</sup> Operator sa značajnom tržišnom snagom može biti prisutan i na dva srodna vertikalno povezana veleprodajna tržišta

- Diskriminacija kvalitetom usluga
- Strateški dizajn proizvoda
- Neopravdano korišćenje informacija o konkurentima
- Diskriminacija na cjenovnoj osnovi
- Unakrsno subvencioniranje
- Predatorske cijene.

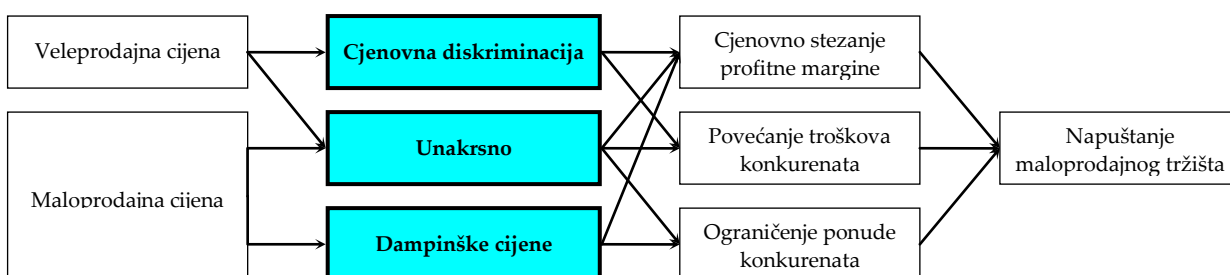
### Odbijanje dogovora / uskraćivanje pristupa



### Necjenovni aspekti



### Cjenovni aspekti



Agencija smatra da je Crnogorski Telekom vertikalno orijentisan operator, koji je u poziciji da kontroliše inpute na veleprodajnom nivou, a koji su neophodni za pružanje javno dostupne telefonske usluge na maloprodajnom nivou, što predstavlja prepreku razvoju konkurencije na posmatranom tržištu poziva.

Shodno navedenom, Agencija smatra da je neophodna prethodna regulacija, u smislu omogućavanja izbora/predizbora operatora i pristupa razvezanoj lokalnoj petlji, kako bi se



obezbjedila konkurencija na posmatranom relevantnom tržištu, odnosno kako bi operatori, koji ne posjeduju svoju sopstvenu mrežu za pristup, bili u mogućnosti da pružaju svoje usluge. Osim navedenog, cijena poziva VOIP operatora na tržištu poziva uslovljena je prije svega cijenom i uslovima interkonekcije sa fiksnim i mobilnim operatorima, odnosno kontrolom cijena od strane Crnogorskog Telekomu za istu uslugu i na maloprodajnom i na veleprodajnom nivou.

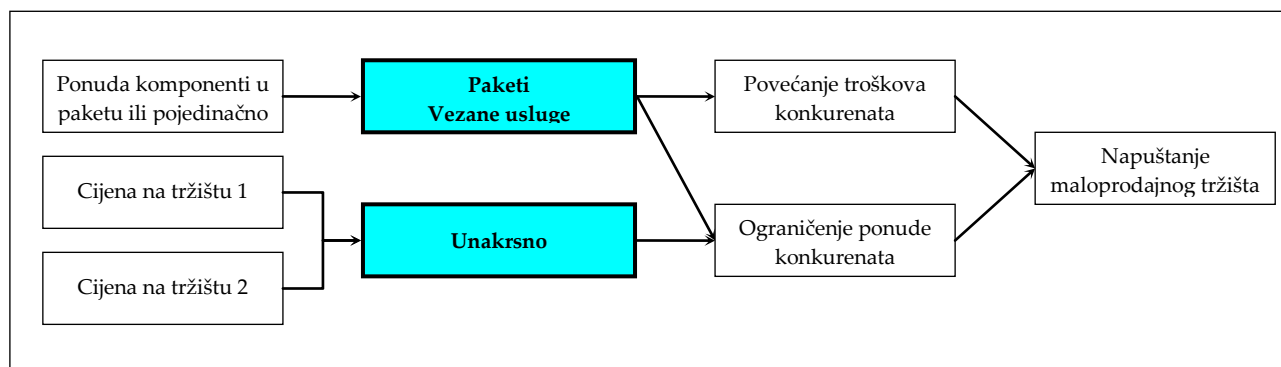
Takođe, Crnogorski Telekom ima veliko učešće na vertikalno povezanom velikoprodajnom tržištu i u poziciji je da i ovdje kontroliše inpute koji su potrebni potencijalnim konkurentima i tako utiče na uslove konkurencije na maloprodajnom tržištu. Crnogorski Telekom raspolaže infrastrukturom na cijelom području Crne Gore, vertikalna integracija i kontrola nad infrastrukturom mu pružaju ključnu prednost u odnosu na ostale konkurente, što se odražava i na maloprodajnom tržištu poziva koje je i predmet ove analize

### 7.1.2 Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage

Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage, koje se odnosi na operatora koji posluje na različitim tržištima koja nisu vertikalno povezana i ima status značajne tržišne snage na jednom od njih. Pod određenim okolnostima, operator može pokušati prenijeti značajnu tržišnu snagu s jednog tržišta na kojem ima status značajne tržišne snage, na drugo, potencijalno konkurentno tržište. Horizontalno prenošenje se može realizovati između maloprodajnih, veleprodajnih 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.



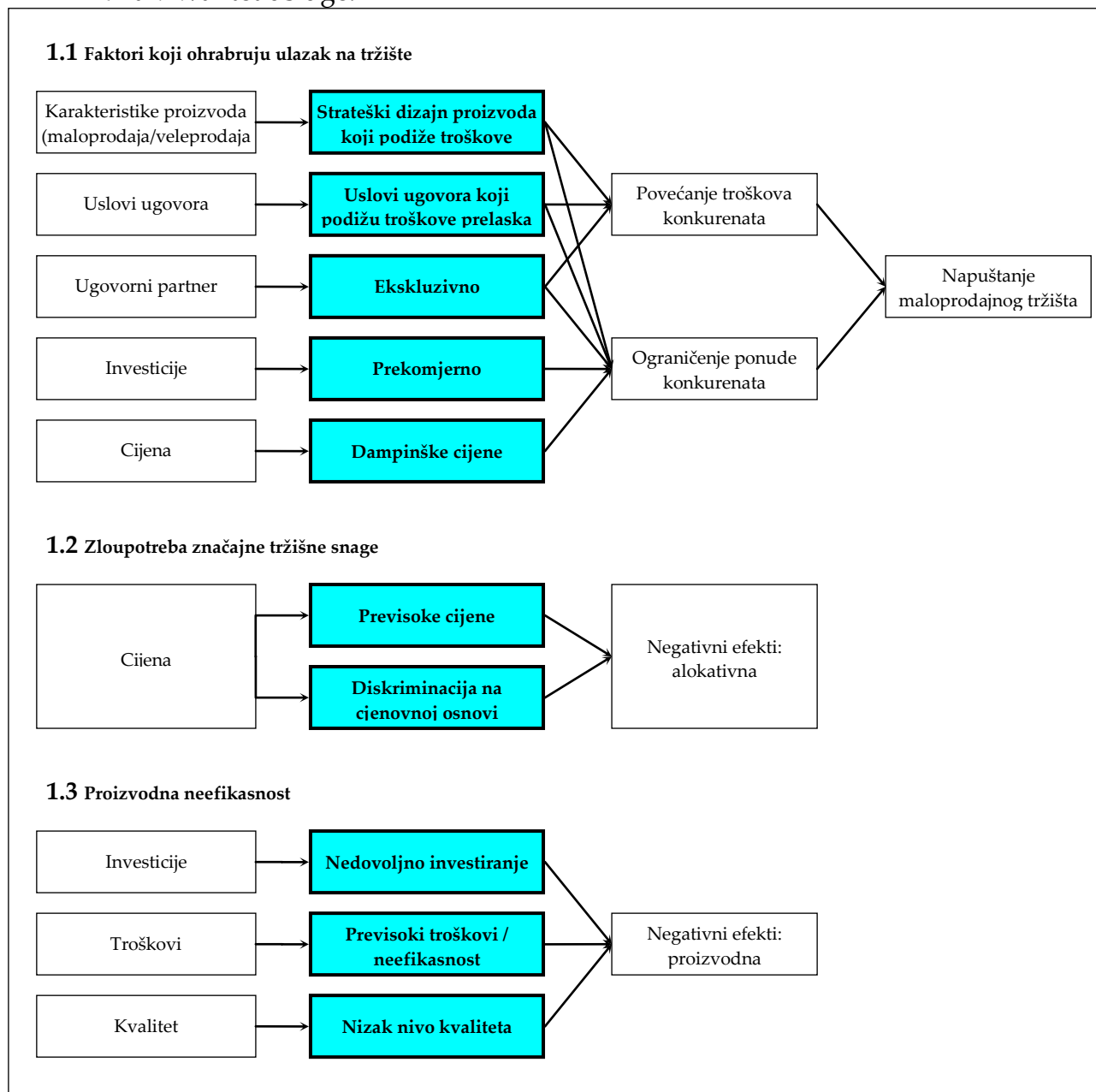
### 7.1.3 Značajna tržišna snaga na pojedinom/jednom tržištu

Značajna tržišna snaga na pojedinom/jednom tržištu se odnosi kako na veleprodajno, tako i na maloprodajno tržište, 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. Svi navedeni postupci u krajnjem utiču na interese krajnjih korisnika.

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.



Navedeni slučaj se odnosi, kako na moguće veleprodajno, tako i na moguće određeno maloprodajno tržište. U ovom slučaju operator sa značajnom tržišnom snagom može raznim postupanjima pokušati podići prepreke za ulazak na navedeno tržište kako bi zaštitio svoj položaj značajne tržišne snage ili može posegnuti za tipičnim monopolističkim ponašanjem u svrhu očuvanja položaja značajne tržišne snage. Svi navedeni postupci u konačnom utiču na interese krajnjih korisnika. U navedenoj dimenziji postoji 10 tipičnih postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom koja su prepoznata u regulatornoj praksi, a koja su definisana u poglavlju 7.3. ovog dokumenta.

#### **7.1.4 Završavanje (terminacija) poziva**

Navedena dimenzija, iako sadrži i tipična postupanja koja su definisana u prva tri slučaja, je posebno obrađena iz razloga što su tržišta terminacije različite prirode od ostalih tržišta. Naime, tržišta terminacije odnose se na situaciju dvostranog pristupa (eng. two-way access) u kojem dvije ili više mreža pružaju istu uslugu te se, kako bi krajnji korisnici mogli međusobno komunicirati, moraju međusobno povezati. U navedenoj situaciji različiti operatori pregovaraju o uslovima međupovezivanja na veleprodajnom nivou. Nakon što dogovore veleprodajne uslove međupovezivanja, postavljaju cijene na maloprodajnom nivou na kojem mogu i ne moraju biti konkurenti (operatori mobilnih i fiksnih mreža). Kao što je gore i navedeno, zbog specifičnosti tržišta terminacije, tipična postupanja, odnosno prepreke razvoju tržišnog nadmetanja u ostalim gore spomenutim slučajevima, su posebno obrađena i u ovom slučaju. U navedenoj dimenziji postoje 4 tipična postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom koja su prepoznata u regulatornoj praksi, a koja su definisana u poglavlju 7.3 ovog dokumenta. No, isto tako neka druga postupanja odnosno prepreke razvoju tržišnog nadmetanja definisana u prva tri slučaja su moguća i na tržištima terminacije.

## **7.2 Uzročno posledična dimenzija prepreka razvoju tržišne konkurencije**

Druga dimenzija koju bi trebalo sagledati kod postupanja operatora, odnosno mogućih prepreka razvoju tržišnog nadmetanja, je uzročno posledična dimenzija. Naime, svaka prepreka razvoju tržišnog nadmetanja odnosno određeno postupanje operatora sa značajnom tržišnom snagom ima određeni cilj, odnosno svako postupanje je uzrok koji vodi do određene posljedice na tržištu, na postojeće i potencijalne konkurente ili krajnje korisnike. Uzročno posledična dimenzija je drugi način sagledavanja problematike prepreka razvoju tržišnog nadmetanja, ali pomaže u dinamičkom, vremenskom shvaćanju posljedica određenih prepreka razvoju tržišnog nadmetanja, odnosno, postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom. Posmatrajući uzročno posledičnu dimenziju u regulatornoj praksi se prepoznaju sljedeći elementi:

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

## 7.3 Pregled prepreka razvoju efikasnog tržišnog nadmetanja prepoznatih u evropskoj praksi

Kao što je gore u tekstu i navedeno, prepreke razvoju tržišnog nadmetanja predstavljaju određena postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom. Prema dokumentu ERG (06) 33 u evropskoj regulatornoj praksi postoji 27 uobičajenih prepreka razvoju tržišnog nadmetanja koje su prepoznate u praksi. Većina prepreka je bazirana na iskustvima regulatornih tijela i pokazuje stvarne situacije u sektoru elektronskih komunikacija, no isto tako regulatorno tijelo ništa ne sprječava u prepoznavanju mogućih prepreka razvoju tržišnog nadmetanja izvan zadatog okvira, a koje su specifične za određenu državu ili određeno tržište. Imajući na umu obrađeno u prethodnom poglavlju odnosno tržišnu i uzročno posljedičnu dimenziju prepreka razvoju tržišnog nadmetanja odnosno postupanja operatora, u nastavku se nalazi popis od 27 uobičajenih prepreka razvoju tržišnog nadmetanja koje su prepoznate u praksi. U navedenom popisu su sadržane i tržišna i uzročno posljedična dimenzija u dijelu u kojem se spominju strateške promjenljive i postupanje operatora. Uobičajene prepreke razvoju tržišnog nadmetanja prema tržišnoj dimenziji i postupanjima operatora su kako slijedi:

Vertikalno prenošenje značajne tržišne snage

- odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa
- diskriminirajuće korištenje informacija ili uskraćivanje informacija
- taktike odgađanja
- grupisanje/vezanje usluga
- nerazumni/neopravdani zahtjevi
- diskriminacija kvalitetom usluge
- strateški dizajn proizvoda
- neopravdano korištenje informacija o konkurentima
- diskriminacija na cjenovnoj osnovi
- unakrsno subvencionisanje
- predatorske cijene

Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage

- grupisanje/vezanje usluga
- unakrsno subvencioniranje

Značajna tržišna snaga na jednom tržištu

- strateški dizajn proizvoda koji podiže troškove prelaska korisnika
- uslovi ugovora koji podižu troškove prelaska korisnika
- ekskluzivni dogovor(i)
- prekomjerna ulaganja
- predatorske cijene
- previsoke cijene
- diskriminacija na cjenovnoj osnovi
- nedostatna ulaganja
- previsoki troškovi/inefikasnost
- nizak kvalitet usluge

Završavanje (terminacija) poziva

- prećutni sporazum(i)
- previsoke cijene
- diskriminacija na cjenovnoj osnovi

- odbijanje dogovora/uskraćivanje međupovezivanja

Kako bi regulatorno tijelo bilo u mogućnosti izabrati regulatorne obaveze koje će najbolje riješiti prepoznate prepreke razvoju tržišnog nadmetanja na relevantnom tržištu/tržištima, osnovno je utvrditi uzrok odnosno izvor značajne tržišne snage operatora.

Naime, prema mišljenju Agencije, uzrok odnosno izvor značajne tržišne snage operatora ukazuje na postojanje određenih prepreka razvoju tržišnog nadmetanja u odsustvu regulacije. Pravovremenom reakcijom i dobro određenim regulatornim obvezama, regulatorno tijelo može uticati na sprječavanje prenošenja značajne tržišne snage na susjedna tržišta i podizanje prepreka ulasku na tržište, a čime će direktno pomoći ulasku na tržište i razvoju konkurencije na tržištu. Na tržištima gdje je ulazak na tržište novih operatora malo vjerovatan i gdje tržišna snaga ostaje/odolijeva zbog prednosti prvog ulaska (eng. first mover advantage), regulatorno tijelo mora zaštititi korisnike od postupanja koje je suprotno interesima krajnjih korisnika i neefikasnosti operatora sa značajnom tržišnom snagom. Iz svega navedenog proizlazi da bi se za odabiranje odgovarajuće regulatorne obaveze i prepoznavanje korijena problema trebalo sagledati ukupnu sliku na tržištima i utvrditi izvor značajne tržišne snage operatora uz definiranje mogućih strukturnih i regulatornih prepreka, a što je, kako je gore u tekstu i navedeno, utvrđeno procesom analize tržišta.

#### **7.4 Prepreke razvoju efikasnog tržišnog nadmetanja na maloprodajnom tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji**

U ovom poglavlju Agencija će analizirati i obrazložiti moguće prepreke razvoju tržišnog nadmetanja koje se u odsustvu regulacije, a u razdoblju na koje se odnosi analiza, mogu pojaviti na relevantnom maloprodajnom tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji. Prepreke razvoju tržišnog nadmetanja mogu proizaći iz sposobnosti ili namjere operatora da na tržištu iskoristi svoj veliki tržišni udio, odnosno dominantni položaj.

Agencija smatra kako postoje dvije vrste prepreka razvoju tržišnog nadmetanja: prepreke razvoju tržišnog nadmetanja koje su se već dogodile u praksi na tržištima definisanim Zakonom o elektronskim komunikacijama i prepreke razvoju tržišnog nadmetanja 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, Agencija nije radila 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 predvidila mogućnost pojavljivanja određene prepreke u budućnosti. Slijedom navedenog, saglasno definiciji tržišta i na osnovu procjene efikasnosti tržišnog nadmetanja te određivanja operatora sa značajnom tržišnom snagom, uzimajući u obzir kriterijume kojima se utvrdilo postojanje značajne tržišne snage, Agencija smatra kako su, u odsustvu regulacije, na maloprodajnom tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji moguće prepreke razvoju tržišnog nadmetanja koje su definisane prethodno u ovom dokumentu. Nadalje, Agencija je u nastavku dokumenta detaljno obradila prepreke razvoju efikasnog tržišnog nadmetanja na maloprodajnom tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji.

#### **7.4.1 Horizontalno prenošenje značajne tržišne snage**

Gledajući horizontalno prenošenje značajne tržišne snage u regulatornoj praksi su prepoznate dvije prepreke razvoju efikasnog tržišnog nadmetanja: grupisanje/vezanje usluga i unakrsno subvencioniranje. Slično kao kod vertikalnog prenošenja značajne tržišne snage, unakrsno subvencionisanje se može dogoditi i na dva horizontalno povezana tržišta. U ovom slučaju, operator sa značajnom tržišnom snagom, postavljajući cijene usluga s tržišta na kojem ima veću konkurenciju ispod troška, može pokušati izbaciti svoje konkurente s tržišta, dok bi gubitke s tog tržišta pokušao nadoknaditi na tržištu na kojem ima slabu konkurenciju ili je uopšte nema. Agencija smatra da bi Crnogorski Telekom, u odsustvu regulacije, mogao na na maloprodajnom tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji., gdje je prisutno više operatora nuditi krajnjim korisnicima usluge ispod troška, dok bi gubitke s tog tržišta pokušao nadoknaditi na tržištima na kojima nema izraženu konkurenciju ili je uopšt nema. Takvo postupanje Crnogorskog Telekoma dovelo bi do istiskivanja konkurencije cijenama na na maloprodajnom tržište javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji., kao i do previsokih cijena na određenim tržištima, najvjerovatnije na tržištima na kojima drugi operatori nisu prisutni odnosno ne mogu ponuditi identičnu uslugu. Time bi korisnici usluga s drugih tržišta bili primorani plaćati visoke cijene, a drugi operatori bi na maloprodajnom tržištu javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji trpjeli gubitke, a što bi ih u konačnom moglo natjerati i da napuste tržište. S druge strane, Crnogorski Telekom bi bio u mogućnosti prenijeti značajnu tržišnu snagu s jednog maloprodajnog tržišta na horizontalno povezano tržište i jačati svoj tržišni položaj, što bi, dugoročno gledano, imalo negativne učinke na efikasno tržišno nadmetanje.

#### **7.4.2 Značajna tržišna snaga na jednom tržištu**

Osim vertikalnog i horizontalnog prenošenja značajne tržišne snage, prema dokumentu ERG (06) 33 postoje tri tipična postupanja operatora sa značajnom tržišnom snagom na jednom, određenom tržištu, kojima može pokušati zaštititi svoj položaj, to su:

- otežavanje ulaska primjenom ekonomije obima i/ili širine,
- iskorištavanje korisnika korištenjem predatorskih ili previsokih cijena, kada operator sa značajnom tržišnom snagom koristi svoj položaj za kreiranje neopravdanih cijena usluga ili diskriminacijom korisnika na cjenovnoj osnovi,
- neučinkovitost proizvoda, kada dolazi do nedostatka investicija i/ili pretjeranih troškova, ili do niskog kvaliteta usluga.

##### **7.4.2.1 Otežavanje ulaska primjenom ekonomije obima i/ili širine**

Na relevantnom maloprodajnom tržištu javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji Crnogorski Telekom na kraju posmatranog perioda ima 97,02% tržišnog udjela prema broju korisnika, odnosno 87,57% tržišnog udjela prema broju ostvarenih minuta lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji Upravo veliki tržišni udio, odnosno veliki broj korisnika kao i ostvarenih minuta, osigurava Crnogorskom Telekom-u prosječno niže troškove, a time omogućava i niže cijene što predstavlja važan izvor konkurentske prednosti na tržištima gdje je konkurencija cijenama glavni oblik suparništva među poduzećima, kao što je slučaj na tržištu elektronskih komunikacija. Naime, na osnovu postojećih proizvodnih kapaciteta, odnosno postojeće infrastrukture, svaka dodatna jedinica usluge proizvedena je s nižim prosječnim fiksnim troškovima po jedinici usluge. Dakle, s

gledišta ekonomija obima Crnogorski Telekom ima značajnu prednost nad drugim operatorima budući da može nuditi usluge uz znatno niže troškove od drugih operatora koji tek trebaju početi nuditi navedene usluge. Stoga, potencijalni operatori koji bi htjeli pristupiti tržištu, zbog viših troškova pružanja usluga, ne bi bili u mogućnosti ponuditi niže cijene od Crnogorskog Telekom-a, a time bi i teže privukli krajnje korisnike. Isto tako, Crnogorski Telekom je kroz godine razvio mrežu te na cijeloj teritoriji Crne Gore putem raširene distributivne mreže nudi širok spektar usluga velikom krugu korisnika. Iako još uvijek najvećem broju korisnika pruža javno dostupnu telefonsku uslugu u fiksnoj mreži, značajan je trend rasta korisnika kojima pruža i širokopojasni pristup Internetu i IP televiziju. Svojom prisutnošću na velikom broju tržišta kroz dugi niz godina, Crnogorski Telekom koristi prednosti ekonomije širine u većoj mjeri od ostalih operatora. Saglasno tome, ostali operatori, kako bi konkurisali Crnogorskom Telekom-u na način da i sami uživaju koristi od ekonomija širine trebaju istovremeno ući na velik broj tržišta, što povećava njihove troškove ulaska koje neće biti u mogućnosti vratiti u trenutku kad odluče, ili budu prisiljeni, napustiti tržište. Na osnovu svega navedenog, Agencija smatra kako postojanje ekonomija širine može predstavljati prepreku ulasku operatorima koji tek ulaze ili namjeravaju ući na tržište.

#### **7.4.2.2 Iskorištavanje korisnika**

Operator sa značajnom tržišnom snagom na određenom tržištu može iskorištavati krajnje korisnike postavljajući previsoke ili pak predatorske cijene svojih usluga ili diskriminacijom korisnika na cjenovnoj osnovi. Primjena predatorskih cijena se odnosi na situacije kada operator sa značajnom tržišnom snagom jedno određeno vrijeme prodaje usluge ispod troška s namjerom otežavanja ulaska ili izbacivanja konkurenata s tržišta kako bi povećao svoj tržišni udio, a nakon toga i dobit. Krajnji korisnici mogu kratkoročno imati koristi od niskih cijena koje im nudi operator sa značajnom tržišnom snagom, ali dugoročno gledano, predatorske cijene će najviše štetiti upravo njima jer će takve cijene uništiti konkurenciju na tržištu i prisiliti druge operatore na izlazak s tržišta. Agencija smatra kako bi Crnogorski Telekom, u odsustvu regulacije, mogao krajnjim korisnicima ponuditi cijene ispod troška te na taj način dovesti druge operatore u nepovoljan položaj. Naime, ponudom takvih cijena, Crnogorski Telekom bi operatore koji su već prisutni na tržištu prisilio na snižavanje sopstvenih cijena kako ne bi izgubili postojeće korisnike, a što oni nikako ne bi mogli pratiti te bi u konačnom, zbog pretrpljenih gubitaka, bili prisiljeni napustiti tržište. Isto tako, primjenom predatorskih cijena, Crnogorski Telekom bi mogao spriječiti ulazak novih operatora na tržište s obzirom da isti, postavljanjem cijena na visinu cijena Crnogorskog telekom-a, ne bi mogli ostvarivati nikakve koristi od ulaska na tržište javno dostupne telefonske usluge.

#### **7.4.2.3 Ostale prepreke razvoju efikasnom tržišnom nadmetanju**

Preprekom razvoju efikasnog tržišnog nadmetanja Agencija smatra i svako ponašanje koje operatoru sa značajnom tržišnom snagom omogućava zaobilazanje regulatornih obaveza koje su mu određene na posmatranom relevantnom tržištu. Vodeći se prethodno navedenim, a posebno uzimajući u obzir dosadašnja ponašanja Crnogorskog Telekom-a, Agencija je preprekom razvoju efikasnog tržišnog nadmetanja koja bi se mogla pojaviti na maloprodajnom tržištu javno dostupne usluge lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica, koja se pruža na fiksnoj lokaciji, ocijenila i mogućnost Crnogorskog Telekom-a da u svrhu ostvarivanja promotivnih ili privrednih ciljeva, javno dostupnu telefonsku uslugu u lokalnom i međumjesnom saobraćaju ponudi po cijenama koje su ispod troška pružanja istih, odnosno po cijenama koje nisu u skladu s regulatornom obavezom kontrole cijena. Na opisani način, Crnogorski Telekom bi zaobišao

određenu mu regulatornu obavezu troškovne orijentacije cijena usluga, a takvo zaobilaženje obaveze, prisililo bi ostale operatore na snižavanje cijena javno odstupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju i u konačnom dovelo do njihovog napuštanja tržišta. Dakle, bez regulacije Crnogorski Telekom bi bio u mogućnosti kroz promotivne ponude, nesmetano iskorištavati svoj status operatora sa značajnom tržišnom snagom.



## 8. PROCJENA EFEKATA IMPLEMENTACIJE RANIJE PROPISANIH REGULATORNIH OBAVEZA

### 8.1 Pravni osnov

Agencija, shodno članu 78 stav 1 Zakona o elektronskim komunikacijama, rješenjem kojim je određen operator sa značajnom tržišnom snagom na određenom maloprodajnom tržištu, može narediti preduzimanje mjera regulacije maloprodajnih usluga, ako na osnovu tržišnih analiza utvrdi da relevantno tržište usluga namijenjenih krajnjim korisnicima nije dovoljno konkurentno.

Nadalje, u skladu sa članom 78 stav 2 Zakona o elektronskim komunikacijama mjere regulacije maloprodajnih usluga se nalažu samo ako se ocijeni da se nametanjem svih raspoloživih mjera iz čl. 71 do 77 Zakona o elektronskim komunikacijama ne može ostvariti efikasna konkurencija na tržištu elektronskih komunikacija ili ako naložene mjere nijesu dale očekivane rezultate.

Agencija je operatoru na predmetnom relevantnom tržištu propisala regulatorne obaveze, na bazi konstatovanih aktuelnih i potencijalnih prepreka razvoju tržišne konkurencije na relevantnom tržištu i procjene da se nametanjem svih raspoloživih mjera ne bi ostvarili očekivani rezultati, koje su se odnosile na razdoblje do sledeće analize tržišta. Sada Agencija tokom ponovnog postupka analize ovog maloprodajnog relevantnog tržišta, u skladu sa članom 78 stav 2 Zakona o elektronskim komunikacijama, pristupa procjeni i "dokazivanju da naložene mjere na veleprodajnom nivou nijesu dale očekivane rezultate". Naime, smisao propisivanja regulatornih mjera na veleprodajnom nivou je u cilju povećanja stepena efikasnosti konkurencije na maloprodajnom nivou i iste se mogu ukinuti saglasno članu 70 stav 3 Zakona o elektronskim komunikacijama tj ukoliko se utvrdi prisustvo efikasne konkurencije ili odsustvo operatora sa značajnom tržišnom snagom na predmetnom maloprodajnom tržištu.

### 8.2 Važeće regulatorne obaveze

Nakon sprovedenog drugog kruga analize predmetnog maloprodajnog tržišta, Agencija je utvrdila da relevantno tržište nije efikasno konkurentno, odnosno da Crnogorski Telekom ima poziciju operatora sa značajnom tržišnom snagom. Imajući u vidu u postupku analize, identifikovane aktuelne i potencijalne prepreke razvoju konkurencije, koje se odnose na vertikalno i horizontalno

1. prenošenje značajne tržišne snage, Agencija je rješenjem od 20.10.2015. godine propisala Crnogorskom Telekom-u regulatorne obaveze na veleprodajnom i maloprodajnom nivou. Saglasno *Eksplanatornom memorandumu*, a imajući u vidu ciljeve promovisanja investicija i inovacija, zaštite interesa krajnjih korisnika i daljeg podsticanja konkurentnosti na maloprodajnom tržištu pristupa mreži, Agencija je najprije propisala obaveze na veleprodajnom nivou i nakon procjene da iste nijesu dovoljne u cilju otklanjanja ili ograničavanja prepreka razvoju konkurencije i u cilju ograničavanja aktuelne i potencijalne aktivnosti zloupotrebe od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom i regulatorne obaveze na maloprodajnom nivou. Crnogorskom Telekom-u kao operatoru sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu propisane su sledeće mjere an veleprodajnom nivou:

1. Obaveza mogućnosti izbora/predizbora operatora

- Obaveza objavljivanja podataka;
- Obaveza obezbjeđivanja nediskriminatornosti;
- Obaveza kontrole cijena i troškovno računovodstvo;
- Obaveza odvojenog vođenja računovodstvenih evidencija.

## 2. Obaveza iznajmljivanja linija na veleprodajnom nivou

- Obaveza objavljivanja podataka;
- Obaveza obezbjeđivanja nediskriminatornosti;
- Obaveza kontrole cijena i troškovno računovodstvo;
- Obaveza odvojenog vođenja računovodstvenih evidencija.

Takođe, propisane su i obaveze na maloprodajnom nivou to :

Obaveza odvojenog vođenja računovodstvenih evidencija.

Obaveza regulacije cijena maloprodajnih usluga:

- Zabrana obračunavanje previsokih cijena;
- Zabrana ometanje ulaska na tržište;
- Zabrana ograničavanje konkurencije određivanjem preniskih cijena;
- Zabrana davanje neopravdanih prednosti određenom krajnjem korisniku;
- Zabrana neosnovano povezivanje određenih usluga

Crnogorski Telekom A.D. je shodno obavezama transparentnosti i nediskriminatornosti, objavio Ponudu za pružanje usluge iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou u februaru 2011.godine. Crnogorski Telekom je primijenio regulatorne zahtjeve, kako u pogledu uslova i kvaliteta pružanja usluga, tako i u pogledu cijena gdje je u slučaju usluge veleprodajnog iznajmljivanja pretplatničkih linija primijenjena „retail minus“ metodologija. Takođe, Crnogorski Telekom je primijenio usvojenu Metodologiju računovodstvenog odvajanja i troškovnog računovodstva i shodno zahtjevima regulatornog izvještavanja pripremio i objavio odvojene regulatorne finansijske izvještaje po segmentima /uslugama. Međutim, od momenta objavljivanja referentnih ponuda nije podnesen nijedan zahtjev od strane potencijalnih alternativnih operatora za obezbjeđenjem pristupa kapacitetima Crnogorskog Telekom-a za potrebe pružanja relevantnih usluga.

Agencija je propisanim regulatornim obavezama, nakon prvog kruga analiza relevantnih tržišta, uvela bazične elemente "ljestvice ulaganja" i to: obavezu veleprodajnog iznajmljivanja pretplatničkih linija (WLR), obaveze izbora i/ili predizbora operatora (CS/CPS), obavezu obezbjeđenja pristupa putem razvezivanja lokalne petlje (LLU). Fundamentalna ideja koja stoji iza ovog pristupa je kreiranje regulatornog ambijenta, koji omogućava novim operatorima da se oslanjaju na tzv. konkurenciju uslugama (*eng. service based competition*), da bi u daljoj fazi napredovali na ljestvici ulaganja i predstavljali tzv. infrastrukturnu konkurenciju (*eng. infrastructure based competition*).

Nakon sagledavanja i analize efekata implementiranih regulatornih mjera operatoru sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom nivou na stepen konkurentnosti predmetnog maloprodajnog tržišta, Agencija konstatuje da se efikasna konkurencija na ovom maloprodajnom tržištu može postići efikasnom implementacijom usluga potpunog i dijeljenog pristupa lokalnoj petlji Crnogorskog Telekom-a. Međutim, kako se i apostrofira u regulatornoj politici i praksi evropskih regulatora, i pored korišćenja potpunog ili izdvojenog pristupa lokalnoj petlji u kombinaciji sa uslugom pristupa putem kablovske infrastrukture ili optičke pristupne mreže, relevantno tržište koje je predmet ove analize se i dalje karakteriše odsustvo konkurencije, što ga kandiduje kao tržište koje podliježe ex ante regulaciji.

Na osnovu gore navedenih činjenica, Agencija ocjenjuje da nema uslova za izmjenu mjera naloženih u prethodnom postupku analize tržišta. Agencija je takođe ocijenila da su navedene mjere naložene uz primjenu načela proporcionalnosti i racionalnosti u skladu sa članom 69 stav 3 Zakona o elektronskim komunikacijama.

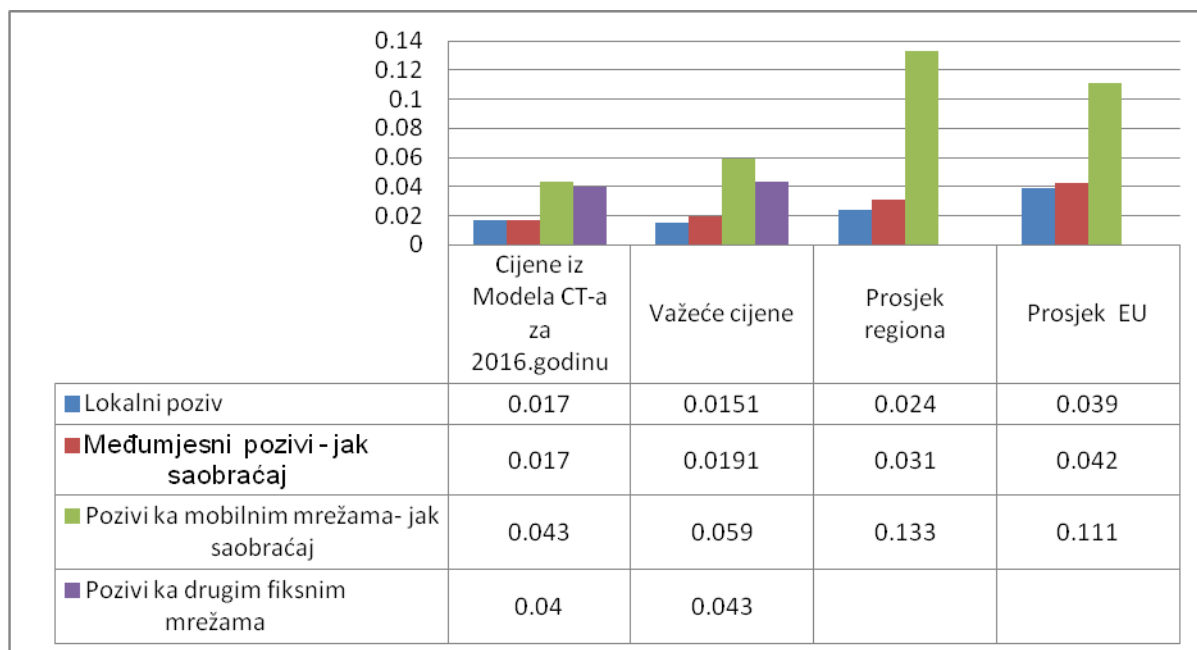
## 8.2.1 Usporedni pregled cijena usluga lokalnih, međumjesnih poziva, poziva ka drugim fiksnim mrežama i poziva ka mobilnim mrežama, rezultata troškovnog modela, prosjeka u regionu i državama članicama EU

Tabela br. 6: Poređenje cijena usluga lokalnih poziva, međumjesnih poziva i poziva prema mobilnim mrežama u periodu jakog saobraćaja sa odgovarajućim rezultatima troškovnog modela i prosjekom u regionu i u državama članicama EU

NACIONALNI POZIVI	Cijene iz Modela CT-a za 2017. godinu u € /min	Važeće cijene €/min	Model CT 2017 / Važeće cijene	Cijene od 01.06.2019 € /min	Cijene od 01.06.2019 / Važeće cijene	Prosjek regiona	Prosjek EU
Lokalni poziv	0,016	0,0125	28%	0,0112	10%	0,024	0,039
Međumjesni pozivi - jak saobraćaj	0,016	0,0158	-1,265%	0,0142	10%	0,031	0,042
Pozivi ka mobilnim mrežama - jak saobraćaj	0,029	0,0485	-40,2%	0,0436	- 10%	0,133	0,111
Pozivi ka drugim fiksnim mrežama	0,033	0,0354		0,0318	10%	/	/

Cijene su date sa PDV-om

Slika broj 12 : Pregled važećih cijena usluga lokalnih poziva, međumjesnih poziva, poziva prema mobilnim mrežama i poziva prema drugim fiksnim mrežama sa rezultatima troškovnog modela i prosjekom u regionu i u državama članicama EU



Na osnovu podataka iz tabele konstatuje se sljedeće:

- Cijena lokalnog poziva (sa PDV-om), koja se primjenjuje od 01.05.2018. godine, u periodu jakog saobraćaja je za 37,08 % niža od prosjeka regiona, odnosno za 61,28% niža od prosjeka EU.
- Cijena međumjesnog poziva (sa PDV-om), koja se primjenjuje od 01.05.2018. godine, u periodu jakog saobraćaja je za 38,39 % niža od prosjeka regiona, odnosno za 54,52% niža od prosjeka EU.
- Cijena poziva ka mobilnim mrežama (sa PDV-om), koja se primjenjuje od 01.05.2018. godine, u periodu jakog saobraćaja je za 55,64% niža od prosjeka regiona, odnosno za 46,85% niža od EU prosjeka.

### 8.2.2 Aktivnosti Agencije na regulaciji cijena usluga lokalnih, međumjesnih poziva, poziva ka drugim fiksnim mrežama i poziva ka mobilnim mrežama, rezultata troškovnog modela, prosjeka u regionu i državama članicama EU

Nakon sprovedene analize relevantnog maloprodajnog tržišta javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koja se pružaju na fiksnoj lokaciji Agencija je rješenjem o određivanju Crnogorskog Telekom-a kao operatora sa značajnom tržišnom snagom na pomenutom relevantnom tržištu propisala regulatorne obaveze računovodstvenog odvajanja, nadzora cijena i troškovnog računovodstva.

Regulacija cijena usluga lokalnih, međumjesnih poziva i poziva ka mobilnim mrežama u skladu sa rezultatima troškovnog računovodstva sprovedena je u sljedećim koracima:

1) Agencija je obavezala Crnogorski Telekom da izvrši usklađivanje važećih cijena sa rezultatima troškovnog modela za 2012. godinu, odnosno da smanji cijena usluga lokalnih, međumjesnih i poziva ka mobilnim mrežama u dva koraka (01.04.2014. godine i 01.12.2014. godine), uz istovremeno zadržavanje cijene mjesečne pretplate za pristup mreži na postojećem nivou. Kao rezultat propisanog Crnogorski Telekom je u 2014. godini na osnovu rezultata troškovnog modela

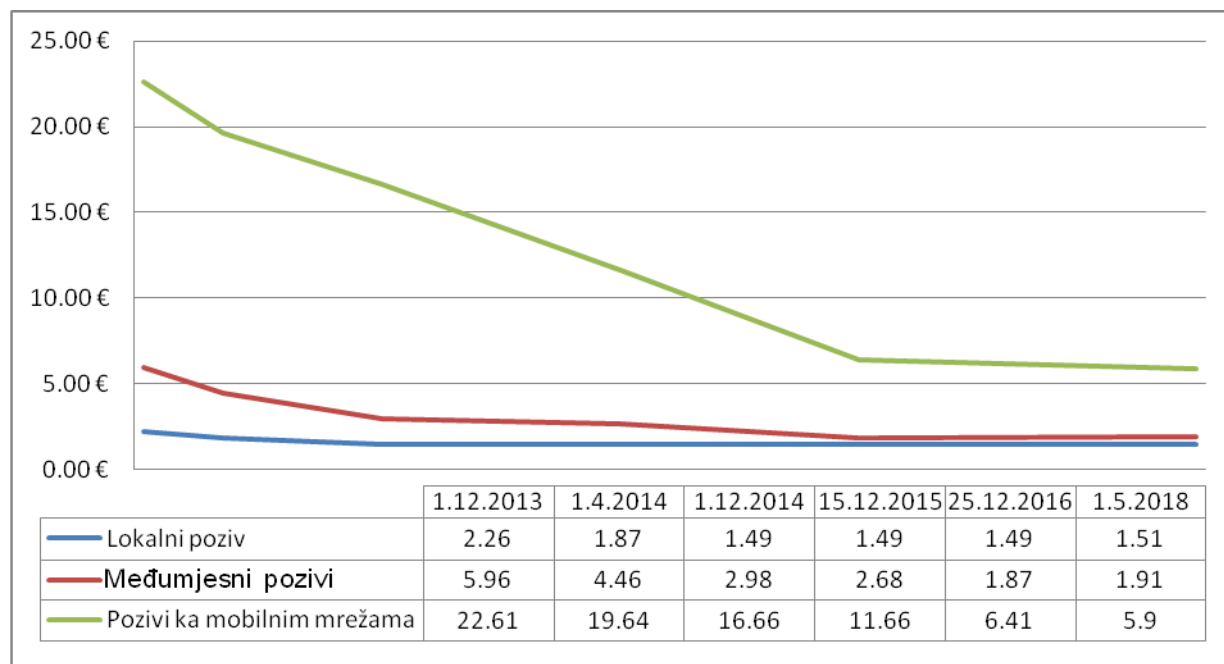
smanjio cijene usluga lokalnih poziva za 34,21%, usluga nacionalnih poziva za 50%, usluga poziva ka mobilnim mrežama za 26,32%.

2) Nakon verifikacije rezultata modela Crnogorskog Telekom-a za 2014. godinu, Agencija je rješenjem obavezala Crnogorski Telekom da od 15.12.2015. godine uskladi cijene relevantnih usluga sa rezultatima troškovnog modela na način da smanji cijene usluga govorne telefonije i to: usluge međumjesnih poziva za 10%, usluge poziva ka mobilnim mrežama za 30%.

3) Agencija je usvojila Odluku o prihvatanju sprovedenih aktivnosti Crnogorskog Telekom-a na Projektu računovodstvenog odvajanja i troškovnog računovodstva po CCA/LRIC metodologiji za fiksnu mrežu za 2015. godinu, nakon čega je donijela Rješenje kojim se obavezuje Crnogorski Telekom da od 25.12.2016. godine na relevantnom maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji primijeni smanjenje cijena: međumjesnih poziva za pravna i fizička lica za 30% i poziva prema mobilnim mrežama za 45%.

4) Agencija je nakon donošenja Odluke o prihvatanju sprovedenih aktivnosti Crnogorskog Telekom-a na Projektu računovodstvenog odvajanja i troškovnog računovodstva po CCA/LRIC metodologiji za fiksnu mrežu za 2016. godinu kao i Rješenja o snižavanju cijena od 26.03.2018. godine naložila Crnogorskom Telekomu da smanji cijene usluga poziva ka drugim fiksnim mrežama za 40% i poziva ka mobilnim mrežama za 10%.

*Slika broj 13: Kretanje cijena nacionalnih poziva u € cent/min iz fiksne mreže Crnogorskog Telekom-a u periodu 2013-2018.god*



Na osnovu grafikona evidentno je da je u analiziranom periodu najizrazitiji pad cijene ostvaren kod usluga poziva ka mobilnim nacionalnim mrežama.

Agencija je donošenjem Rješenja o sniženju cijena Crnogorskom Telekomu od 26.03.2018.godine naložila sniženje cijene usluga poziva ka drugim fiksnim mrežama za 40% i poziva ka mobilnim mrežama za 10% od 01.05.2018. godine.

## 9. ODREĐIVANJE REGULATORNIH OBAVEZA ZA OPERATORE SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM

Identifikacija operatora sa značajnom tržišnom pozicijom podrazumijeva propisivanje i nametanje ex-ante obaveza, koje treba da budu proporcionalne i adekvatne utvrđenom problemu-odstupanju od efikasne konkurencije.

Nakon sprovedene analize, Agencija je utvrdila da Crnogorski Telekom posjeduje značajnu tržišnu snagu na maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji. U skladu sa Zakonom, Agencija će donijeti rješenje kojim će Crnogorski Telekom proglasiti za operatora sa značajnom tržišnom snagom i na ovom relevantnom tržištu, čime će se spriječiti njegovo djelovanje u pravcu onemogućavanja ravnopravnog položaja sa konkurencijom i eliminisati mogućnost formiranja cijena koje nijesu troškovno orjentisane.

Prilikom određivanja regulatornih obaveza vodi se računa o principu proporcionalnosti, što znači da se svakom operatoru sa značajnom tržišnom pozicijom određuju regulatorne obaveze kojima će se najbolje otkloniti postojeće i potencijalne prepreke razvoju konkurencije.

Takođe, Agencija će, saglasno Smjernicama Evropske komisije, prilikom određivanja regulatornih obaveza imati u vidu sljedeće ciljeve:

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

Agencija se rukovala navodima iz dokumenata "Eksplanatorni memorandum" uz Preporuku EC o relevantnih tržištima usluga iz 2007. godine, kao i ciljevima promovisanja investicija i inovacija, zaštite interesa krajnjih korisnika i daljeg podsticanja konkurentnosti na maloprodajnom tržištu, iz kog razloga je nakon prvog kruga analize ovog relevantnog tržišta nametnula Crnogorskom Telekomu sljedeće obaveze na veleprodajnom nivou:

- Obaveza uvođenja mogućnosti izbora i predizbora operatora (eng. *Carrier selection/Carrier preselection*);
- Obaveza iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou (eng. *Wholesale line rental*).

Na osnovu sprovedene analize Agencija je utvrdila da Maloprodajno tržište javno dostupne telefonske usluge u lokalnom i međumjesnom saobraćaju koja se pruža na fiksnoj lokaciji za fizička i pravna lica nije dovoljno konkurentno i identifikovala Crnogorski Telekom A.D. Podgorica kao operatora sa značajnom tržišnom snagom, shodno članu 69 Zakona o elektronskim komunikacijama. Agencija je takođe ocijenila, da u cilju daljeg podsticanja konkurencije na predmetnom relevantnom tržištu, Crnogorskom Telekom-u treba naložiti mjere iz člana 71, 73, 74, 75, 76 i 78 Zakona o elektronskim komunikacijama, odnosno da nema uslova za izmjenu mjera naloženih u prethodnom postupku analize tržišta. Agencija je takođe ocijenila da su navedene mjere naložene uz primjenu načela proporcionalnosti i racionalnosti shodno članu 69 stav 3 Zakona o elektronskim komunikacijama.

Regulatorne obaveze određene u skladu sa Zakonom o elektronskim komunikacijama se moraju zasnivati na prirodi utvrđenog nedostatka na tržištu i moraju biti opravdane s obzirom na regulatorna načela i ciljeve iz Zakona.

## **9.1 Obaveze na veleprodajnom nivou**

### **9.1.1 Obaveza mogućnosti izbora/predizbora operatora**

Operatoru koji ima značajnu tržišnu snagu na tržištu pristupa fiksnoj mreži, Agencija, shodno članu 75 stav 3 tačka 2 Zakona o elektronskim komunikacijama, određuje obavezu da krajnjim korisnicima omogući pristup posebnim djelovima mreže i/ili opreme koji nijesu aktivni i/ili d obezbijedi pristup lokalnoj petlji, radi omogućavanja izbora i/ili predizbora operatora i/ili ponuda za preprodaju pretplatničkih linija.

U sprovođenju ove obaveze, Crnogorski Telekom je dužan izvršiti prilagođavanja na centralama na kojima su priključeni krajnji korisnici, na način da se pozivi krajnjih korisnika za koje je usluga predizbora operatora omogućena, automatski prenose prema mreži operatora kojeg su krajnji korisnici odabrali, a bez potrebe biranja kratkog koda za odabir operatora od strane krajnjih korisnika. U svakom slučaju, krajnji korisnik, kojem je Crnogorski Telekom pristupni operator, može u bilo kojem trenutku zaobići unaprijed programiran predizbor operatora biranjem kratkog koda za odabir operatora posebno za svaki poziv.

U skladu s gore navedenim regulatornim obavezama, Crnogorski Telekom je obavezan operatoru, koji se obratio zahtjevom, omogućiti uslugu predizbora operatora za javno dostupne telefonske usluge u fiksnoj mreži, za krajnjeg korisnika kojem je Crnogorski Telekom pristupni operator, s potpunom funkcionalnošću, segmentaciju usluge po različitim vrstama poziva, i to: lokalni pozivi, međumjesni pozivi, pozivi prema mobilnim mrežama, međunarodni pozivi i dr.

Crnogorski Telekom je dužan da kod obezbjeđenja usluge izbora i predizbora operatora uvažava sledeće prateće obaveze:

- obavezu objavljivanja podataka,
- obavezu nediskriminatornosti,
- obavezu kontrole cijena i troškovnog računovodstva i
- obavezu vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija.

#### **a) Obaveza objavljivanja podataka**

Crnogorski Telekom je u obavezi da pripremi i dostavi Agenciji na davanje saglasnosti Segment Referentne interkonekcione ponude za uslugu izbora i predizbora operatora najkasnije u roku od 30 dana od dana stupanja na snagu Rješenja. Detalji vezani za pružanje usluga izbora i predizbora operatora (tehničke specifikacije, uslovi, rokovi, cijene, itd.) trebaju biti definisani u Segmentu Referentne interkonekcione ponude Crnogorskog Telekoma.

Segment Referentne interkonekcione ponude mora biti pripremljen u skladu sa objektivnim mogućnostima operatora i raščlanjen na način da drugi operatori, koji žele uslugu, neće biti u obavezi da plaćaju dodatne uslove i troškove, koji nijesu povezani sa pružanjem zahtjevane usluge.

Agencija smatra da je potrebno obavezati Crnogorski Telekom da obezbijedi ugovor o nivou usluge - *SLA (Service Level Agreements)* za uslugu izbora i predizbora operatora. Sastavni dio svakog SLA treba da budu i odgovarajuće naknade (penali) u slučaju neispunjavanja određenih rokova u SLA. U skladu sa navedenim, Agencija smatra da Crnogorskom Telekomu treba biti određena obaveza pružanja ugovora o nivou usluge (*SLA*), koje će činiti sastavni dio Segmenta Referentne interkonekcionih ponuda za uslugu izbora i predizbora operatora. Pored obaveze objavljivanja Segmenta Referentne interkonekcionih ponuda za uslugu izbora i predizbora operatora, Crnogorski Telekom je u obavezi dostavljati Agenciji (i/ili objavljivati) kvartalno detaljne izvještaje sa odgovarajućim glavnim pokazateljima efikasnosti (eng. *Key Performance Indicators- KPI*) koji se odnose na pružanje relevantne usluge. Konkretno, riječ je o vrijednostima pokazatelja koji se odnose na sledeće:

- prosječno vrijeme instalacije usluge za krajnjeg korisnika i
- prosječno vrijeme otklanjanja kvara.

Takođe, Agencija može naknadno zatražiti od Crnogorskog Telekoma praćenje i izvještavanje i za neke druge pokazatelje efikasnosti (eng. *Key Performance Indicators- KPI*) u zavisnosti od potreba Agencije i zahtjeva tržišta.

Crnogorski Telekom je, shodno obavezi transparentnosti propisanoj u sklopu regulatornih obaveza nakon drugog kruga analize ovog relevantnog tržišta, kao operator sa značajnom tržišnom snagom objavio Referentnu interkonekcionu ponudu, kojom je definisao uslove pružanja i cijene usluga izbora i predizbora operatora.

#### **b) Obaveza nediskriminatornosti**

Crnogorski Telekom je dužan da obezbijedi uslugu izbora i predizbora operatora pod jednakim uslovima i jednakog kvaliteta kao i svom maloprodajnom segmentu ili povezanom društvu. Poštovanjem odredbi Ugovora o nivou usluge (eng. *Service Level Agreements, SLA*) i periodičnim objavljivanjem glavnih pokazatelja efikasnosti (eng. *Key Performance Indicators, KPI*) demonstrira se primjena načela nediskriminatornosti kod pružanja relevantnih usluga od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu.

#### **c) Obaveza kontrole cijena i troškovnog računovodstva**

Sve troškove uspostavljanja usluge izbora/predizbora operatora snosi operator. Operator je dužan troškovno formirati cijene za operatorski pristup i interkonekciju u vezi sa izborom i predizborom operatora.

Operator može pretplatniku obračunati samo jednokratni iznos, koji pokriva stvarne troškove stvaranja uslova za pružanje usluge predizbora operatora.

Operator je dužan dostaviti Agenciji na evidenciju i sagledavanje usklađenosti troškovno formiranih cijena za operatorski pristup i interkonekciju u vezi sa izborom i predizborom operatora.

Agencija može propisati, u skladu sa prihvaćenim modelom formiranja cijena elektronskih komunikacionih usluga, limit cijena za uslugu izbora/predizbora operatora, do mjere kojom se obezbjeđuje da cijena usluge ne bude destimulativna za korišćenje ove usluge.

#### **d) Obaveza odvajanja računovodstvenih evidencija**

Agencija može, shodno članu 74 Zakona o elektronskim komunikacijama, operatoru sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu, narediti preduzimanje mjera u cilju odvojenog računovodstvenog praćenja poslovnih aktivnosti koje se odnose na pružanje usluga interkonekcije



i operatorskog pristupa.

Crnogorski Telekom je u obavezi da pripremi i dostavi Agenciji odvojene računovodstvene evidencije, shodno propisanoj Metodologiji vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija i troškovnog računovodstva.

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

### **9.1.2 Obaveza iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou (eng. Wholesale line rental)**

Imajući u vidu aktuelne i potencijalne prepreke razvoju konkurencije na ovom relevantnom tržištu, Agencija ne vjeruje da je moguće u periodu do naredne analize očekivati razvoj efikasne konkurencije na ovom tržištu. Takođe, Agencija smatra da je obaveza predizbora operatora nedovoljna da bi konkurencija efikasno stupila na tržište. Očekuje se da bi samo jedan mali broj korisnika bio spreman platiti odvojene račune za mjesečnu pretplatu i pozive. Iz navedenih razloga, Agencija, u sklopu člana 75 stav 3 tačka 2 Zakona o elektronskim komunikacijama, predlaže i nametanje obaveze iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou, čime se promoviše konkurencija usluga na relevantnom tržištu. Crnogorski Telekom je u obavezi da omogući korišćenje pretplatničkih linija od strane drugih operatora elektronskih komunikacionih usluga u cilju pružanja javnih govornih usluga krajnjim korisnicima. Sa iznajmljivanjem pretplatničkih linija operator-korisnik ima mogućnost da krajnjim korisnicima izda sopstveni jedinstven račun (eng. *Single Billing*), čime preuzima i kompletan odnos sa krajnjim korisnicima.

Crnogorski Telekom je dužan da kod obezbjeđenja usluge iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou uvažava sledeće prateće obaveze:

- obavezu objavljivanja podataka,
- obavezu nediskriminatornosti,
- obavezu vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija i
- obavezu kontrole cijena i troškovnog računovodstva.

#### **a) Obaveza objavljivanja podataka**

S obzirom da je Crnogorski Telekom zadržao poziciju operatora sa značajnom tržišnom snagom na maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za fizička i pravna lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, to je potrebno da Agencija rješenjem naloži Crnogorskom Telekomu da objavi podatke o uslugama pristupa i/ili interkonekcije, kao što su: računovodstveni podaci, tehničke specifikacije, karakteristike mreže, uslovi korišćenja i cijene usluga.

Crnogorski Telekom je u obavezi da pripremi i dostavi Agenciji na davanje saglasnosti Segment Referentne ponude koji se odnosi za iznajmljivanje pretplatničkih linija na veleprodajnoj osnovi najkasnije u roku od 30 dana od dana stupanja na snagu Rješenja.

Segment Referentne interkonekcione ponude mora biti pripremljen u skladu sa objektivnim mogućnostima operatora i raščlanjen na način da drugi operatori, koji žele uslugu, neće biti u

obavezi da plaćaju dodatne uslove i troškove, koji nijesu povezani sa pružanjem zahtjevane usluge.

Specifikacija Segmenta Referentne ponude koji se odnosi na iznajmljivanje pretplatničkih linija obavezno sadrži spisak usluga i povezane uslove u vezi njihovog pružanja, u skladu sa potrebama drugih operatora i cijene i popuste ili način njihovog određivanja kao i elemente usluga pristupa putem lokalne pristupne mreže, uključujući korišćenje elemenata pripadajuće infrastrukture.

Agencija smatra da je potrebno obavezati Crnogorski Telekom da obezbijedi ugovor o nivou usluge - SLA (Service Level Agreements) za uslugu izbora i predizbora operatora. Sastavni dio svakog SLA treba da budu i odgovarajuće naknade (penali) u slučaju neispunjavanja određenih rokova u SLA. U skladu sa navedenim, Agencija smatra da Crnogorskom Telekomu treba biti određena obaveza pružanja ugovora o nivou usluge (SLA), koje će činiti sastavni dio Segmenta Referentne interkonekcionih ponude za uslugu iznajmljivanja pretplatničke linije.

Pored obaveze objavljivanja Segmenta Referentne interkonekcionih ponude za uslugu iznajmljivanja pretplatničke linije, Crnogorski Telekom je u obavezi dostavljati Agenciji (i/ili objavljivati) kvartalno detaljne izvještaje sa odgovarajućim glavnim pokazateljima efikasnosti (eng. Key Performance Indicators - KPI) koji se odnose na pružanje relevantne usluge. Konkretno, riječ je o vrijednostima pokazatelja koji se odnose na sledeće:

- ⊗ prosječno vrijeme instalacije usluge za krajnjeg korisnika i
- ⊗ prosječno vrijeme otklanjanja kvara.

Takođe, Agencija može naknadno zatražiti od Crnogorskog Telekoma praćenje i izvještavanje i za neke druge pokazatelje efikasnosti (eng. Key Performance Indicators- KPI) u zavisnosti od potreba Agencije i zahtjeva tržišta

Crnogorski Telekom A.D. Podgorica je nakon prvog kruga analize maloprodajnog tržišta pristupa, shodno obavezi transparentnosti objavio Referentnu ponudu za pružanje usluge iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou kojom je definisao uslove pružanja iznajmljivanja pretplatničkih linija na veleprodajnom nivou.

#### **b) Obaveza nediskriminatornosti**

Crnogorski Telekom je dužan da obezbijedi uslugu iznajmljivanja pretplatničke linije pod jednakim uslovima i jednakog kvaliteta svim operatorima koji pružaju maloprodajne usluge, kao što to čini za sopstvene potrebe i za potrebe operatora koji su dio njegovog privrednog društva ili sa njim povezanog društva i objavljivanje ugovora na internet stranici operatora, uz obezbjeđenje zaštite povjerljivih podataka.

Poštovanjem odredbi Ugovora o nivou usluge (eng. Service Level Agreements, SLA) i periodičnim objavljivanjem glavnih pokazatelja efikasnosti (eng. Key Performance Indicators, KPI) demonstrira se primjena načela nediskriminatornosti kod pružanja relevantnih usluga od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu.

#### **c) Odvojeno vođenje računovodstvenih evidencija**

Agencija će, shodno članu 74 Zakona o elektronskim komunikacijama, rješenjem o određivanju operatora sa značajnom tržišnom snagom, 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 ili sprječavanja neosnovanog unakrsnog subvencioniranja.

Kako je Crnogorski Telekom vertikalno integrisani operatoru, rješenjem će se naložiti da obezbijedi preglednost svojih veleprodajnih i internih transfernih cijena koje se odnose na transakcije između poslovnih jedinica, tržišta, segmenata tržišta i usluga vertikalno integrisanog operatora. Takođe, rješenjem će se odrediti način vođenja i odvajanja računovodstvenih evidencija, kao i obaveza dostavljanja računovodstvenih evidencija, uključujući i podatke o prihodima od drugih lica.

Agencija na svojoj internet stranici objavljuje podatke koje prikupi od operatora, uz obezbjeđenje zaštite povjerljivih podataka Crnogorski Telekom je, shodno propisanoj Metodologiji vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija i troškovnog računovodstva, sproveo propisanu obavezu odvajanja računovodstvenih evidencija i obavezu nadzora cijena i troškovnog računovodstva, i u slučaju ovog relevantnog tržišta pripremio i objavio odvojene regulatorne finansijske izvještaje po segmentima/uslugama za 2016. 2017. i 2018. godinu.

Metodologija odvojenih računovodstvenih evidencija je u saglasnosti sa domaćim računovodstvenim propisima, međunarodnim računovodstvenim standardima, kao i sa Preporukom Evropske komisije 2005/698/EC19 o odvojenom računovodstvu i modelima troškovnog računovodstva prema regulatornom okviru za elektronske komunikacije.

#### **d) Kontrola cijena i vođenje troškovnog računovodstva**

Crnogorski Telekom je, kao operator sa značajnom tržišnom snagom na maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za fizička i pravna lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, dužan da obezbijedi troškovno formiranje cijena za operatorski pristup i interkonekciju u vezi sa uslugom iznajmljivanja pretplatničke linije.

Crnogorski Telekom je, shodno obavezi nadzora cijena i troškovnog računovodstva, u Referentnoj ponudi primijenio propisane cijene na bazi Retail minus metodologije.

Crnogorski Telekom je primijenio usvojenu Metodologiju računovodstvenog odvajanja i troškovnog računovodstva za veleprodajnu uslugu iznajmljivanja pretplatničkih linija i shodno zahtjevima regulatornog izvještavanja pripremio i objavio odvojene regulatorne finansijske izvještaje po segmentima/uslugama za 2016. 2017. i 2018. godinu kao i Izvještaje o jediničnim cijenama u kome su bile sadržane i jedinične cijene za veleprodajne usluge iznajmljivanja pretplatničkih linija.

Crnogorski Telekom je u obavezi da nastavi sa implementacijom projekta na način i u rokovima kako je određeno pomenutim dokumentom.

Agencija može pristupiti utvrđivanju cijena relevantnih usluga na osnovu Revidiranih regulatornih godišnjih finansijskih izvještaja u periodu do naredne analize relevantnog tržišta.

## 9.2 Obaveze na maloprodajnom nivou

Obaveze nametnute na veleprodajnom nivou su neophodne u pravcu promovisanja konkurentnosti na maloprodajnom nivou, ali Agencija ocjenjuje da one nisu dovoljne i ne mogu ograničiti aktuelne i potencijalne aktivnosti zloupotrebe od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom. Iz tog razloga, Agencija nameće obaveze na maloprodajnom nivou koje smatra proporcionalnim i adekvatnim preprekama konstatovanim u postupku analize na maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za fizička i pravna lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, koje se odnose na prenošenje značajne tržišne snage na cjenovnim i necjenovnim osnovama.

### 9.2.1 Odvojeno vođenje računovodstvenih evidencija

Agencija će, shodno članu 74 Zakona o elektronskim komunikacijama, rješenjem o određivanju operatora sa značajnom tržišnom snagom 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 ili sprječavanja neosnovanog unakrsnog subvencioniranja.

Agencija ocjenjuje da je propisivanje ove regulatorne obaveze opravdano u cilju otklanjanja prepreka unakrsnog subvencioniranja na povezanim horizontalnim tržištima, zloupotreba statusa operatora sa značajnom tržišnom snagom prilikom određivanja prekomjernih cijena, diskriminacije na cjenovnim osnovama i sl.

Kako je Crnogorski Telekom vertikalno integrisani operatoru, rješenjem će se naložiti da obezbijedi preglednost svojih veleprodajnih i internih transfernih cijena koje se odnose na transakcije između poslovnih jedinica, tržišta, segmenata tržišta i usluga vertikalno integrisanog operatora. Takođe, rješenjem će se odrediti način vođenja i odvajanja računovodstvenih evidencija, kao i obaveza dostavljanja računovodstvenih evidencija, uključujući i podatke o prihodima od drugih lica. Agencija na svojoj internet stranici objavljuje podatke koje prikupi od operatora, uz obezbjeđenje zaštite povjerljivih podataka

Crnogorski Telekom je u obavezi da pripremi i dostavi Agenciji odvojene računovodstvene evidencije, shodno propisanoj Metodologiji vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija i troškovnog računovodstva. Navedeno će omogućiti Agenciji provjeru poštovanja principa troškovne orijentisanosti i nediskriminatornosti u vezi sa cijenama usluga Crnogorskog Telekoma.

Crnogorski Telekom je u obavezi da nastavi sa implementacijom projekta na način i u rokovima kako je određeno pomenutom Metodologijom.

Obaveza vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija je neophodna u smislu identifikacije antikonkurentskih aktivnosti operatora sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu, kao što su praksa unakrsnog subvencionisanja i primjena cjenovnog stezanja profitne marže (eng. Price Squeeze) drugih operatora.

## 9.2.2 Obaveza regulacije cijena maloprodajnih usluga

Agencija može, shodno članu 78 Zakona o elektronskim komunikacijama, naložiti preduzimanje mjera regulacije cijena maloprodajnih usluga, ako na osnovu tržišnih analiza utvrdi da relevantno tržište usluga namijenjenih krajnjim korisnicima nije dovoljno konkurentno. Ove mjere Agencija će naložiti usled nemogućnosti postizanja efikasne konkurencije na tržištu elektronskih komunikacija prethodno naloženim mjerama koje nijesu dale očekivane rezultate.

Ovim mjerama se zabranjuje:

1. obračunavanje previsokih cijena;
2. ometanje ulaska na tržište;
3. ograničavanje konkurencije određivanjem preniskih cijena;
4. davanje neopravdanih prednosti određenom krajnjem korisniku;
5. neosnovano povezivanje određenih usluga.

Prilikom određivanja navedenih mjera Agencija može, shodno članu 78 stav 4, operatoru sa značajnom tržišnom snagom naložiti primjenu jedne od sljedećih metoda:

1. ograničavanja maloprodajnih cijena (Price cap);
2. regulacije pojedinačnih cijena usluga;
3. troškovne orijentacije cijena;
4. usklađivanja cijena sa cijenama na uporedivim tržištima.

### **Zabrana obračunavanja previsokih cijena i ograničavanja konkurencije određivanjem preniskih cijena**

Metod ograničavanja maloprodajnih cijena i metoda troškovne orijentisanosti su metode koje mogu ograničiti ili onemogućiti praksu obračunavanja previsokih ili preniskih cijena od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom. Agencija, shodno Pravilniku o regulaciji cijena maloprodajnih elektronskih komunikacionih usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža ("Službeni list Crne Gore", 32/2014) koji je Agencija usvojila dana 22.07.2014. godine, može propisati jednu od sledećih metoda određivanja cijena usluga (kontrolu maloprodajnih cijena) i to: metodu ograničavanja maloprodajnih cijena i metodu troškovne orijentacije cijena.

Agencija je Pravilnikom o regulaciji cijena maloprodajnih elektronskih komunikacionih usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža, propisala uslove i način kontrole cijena, sprječavanje primjene cijena kojima se ograničava konkurencija i uređuje regulacija maloprodajnih cijena usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža.

U skladu sa članom 9 stav 1 Pravilnika o regulaciji cijena maloprodajnih elektronskih komunikacionih usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža, operator kojem je naređeno preduzimanje troškovne orijentacije mora dokazati da su cijene izračunate na osnovu troškova uz prihvatljivu stopu prinosa na investiciona ulaganja. Prilikom provjeravanja ispunjavanja obaveze Agencija može primijeniti metode troškovnog računovodstva koje su nezavisne od onih koje primjenjuje operator. Agencija može od operatora rješenjem takođe zahtijevati da obrazloži i po potrebi koriguje cijene, pri čemu teret eventualnog dokazivanja snosi operator.

Nakon primjene propisanog sistema troškovnog računovodstva i odvojenog računovodstva operator sa značajnom tržišnom snagom je dužan, shodno članu 9 stav 3 Pravilnik o regulaciji cijena maloprodajnih elektronskih komunikacionih usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža, pružiti uvid u regulatorne finansijske informacije, kako bi Agencija ispunila svoje regulatorne zadatke u ovoj oblasti, uključujući i nadzor cijena.

S obzirom da je Analizom potvrđen status Crnogorskog Telekom-a kao operatora sa značajnom tržišnom snagom, Agencija nalaže Crnogorskom Telekomu da nastavi sa implementacijom Projekta računovodstvenog odvajanja i troškovnog računovodstva, na način i u rokovima, kako je predviđeno Metodologijom.

Agencija može pristupiti utvrđivanju cijena relevantnih usluga na osnovu Revidiranih regulatornih godišnjih finansijskih izvještaja u periodu do naredne analize relevantnog tržišta.

### **Obaveza objavljivanja podataka**

Svi operatori javnih elektronskih komunikacionih mreža su obavezni da, shodno članu 71 stav 1 Zakona o elektronskim komunikacijama, učine dostupnim javnosti važeće cijene, tarife i opšte uslove pružanja svojih usluga. Pored ove generalne obaveze, Crnogorski Telekom je dužan da objavi Cjenovnik usluga na kome će jasno i nedvosmisleno biti prezentirane cijene svih maloprodajnih usluga, odnosno cijene svih kombinovanih paketa, popusti i objektivni kriterijumi za odobravanje popusta kod određenih usluga, odnosno kombinovanih paketa, promotivne aktivnosti kao i ostale relevantne informacije koje se tiču uslova korišćenja usluga.

Takođe, Agencija operatoru sa značajnom tržišnom snagom na maloprodajnom tržištu javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za fizička i pravna lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji, nameće obavezu dostavljanja Agenciji izmjena Cjenovnika i obavještenja o izmjenama cijena prije njihovog stupanja na snagu. Operator sa značajnom tržišnom snagom će biti u obavezi, shodno Pravilniku o regulaciji maloprodajnih cijena, obavijestiti Agenciju u roku, ne kraćem od 30 dana o izmjenama cijena sa detaljnim obrazloženjem. Na taj način, Agencija ima mogućnost da provjeri poštovanje principa transparentnosti, nediskriminatornosti i troškovne orijentisanosti cijena, kao i da identifikuje potencijalne anti-konkurentske aktivnosti. Agencija neće davati formalnu saglasnost na izmjene cijena Crnogorskog Telekoma, ali će intervenisati u slučaju kršenja pomenutih principa prije stupanja na snagu istih.

Prethodno navedeno uključuje i dostavu obavještenja o promotivnim ponudama, kao i detaljnim uslovima promotivnih ponuda, u roku od najmanje 7 (sedam) dana, koje se odnose na javno dostupnu telefonsku uslugu lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji.

Agencija smatra da je ovim obavezama omogućena efikasna tržišna konkurencija između operatora koji pružaju usluge na maloprodajnom tržištu lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji.

### **Zabrana davanja neopravdanih prednosti određenom krajnjem korisniku**

U postupku analize ovog tržišta konstatovane su prepreke razvoju konkurencije koje se odnose na prenošenje značajne tržišne snage na cjenovnoj osnovi i praksu diskriminacije cijenama. Nametanjem ove obaveze nije intencija Agencije da generalno zabrani mogućnost odobravanja

popusta, odnosno različitih cijena različitim kategorijama korisnika. Naprotiv, Agencija je mišljenja da Crnogorski Telekom kao operator sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu može ponuditi i objaviti u svom Cjenovniku odobrene popuste određenim kategorijama korisnika, koji su bazirani na objektivnim kriterijumima kao što su: obim saobraćaja, broj linija, rok zaključenog korisničkog ugovora (maksimum 24 mjeseca) i sl. Međutim, cjenovna diskriminacija postaje antikonkurentna aktivnost, odnosno prepreka razvoju konkurencije, ako utvrđivanje različitih cijena usluge za različite kategorije korisnika nije zasnovano na objektivnim kriterijumima. U odsustvu regulacije, Crnogorski Telekom bi mogao diskriminisati krajnje korisnike na račun određenih kategorija korisnika (npr. veliki poslovni korisnici). Agencija ocjenjuje da je neophodno odrediti Crnogorskom Telekom-u obavezu zabrane cjenovne diskriminacije koja podrazumijeva zabranu davanja neopravdanih prednosti određenim kategorijama krajnjih korisnika.

Pravilnik o regulaciji cijena maloprodajnih elektronskih komunikacionih usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža u članu 11, 12, i 13 sadrži mjere kojim se sprečava davanje neopravdanih prednosti određenim kategorijama krajnjih korisnika, u okviru kojih Agencija propisuje obaveze operatoru sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu da se prilikom utvrđivanja maloprodajnih cijena rukovodi principima nediskriminatomosti i transparentnosti.

U skladu sa članom 12 Pravilnika o regulaciji cijena maloprodajnih elektronskih komunikacionih usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža, maloprodajna cijena usluge operatora sa značajnom tržišnom snagom koja se nudi pod ekvivalentnim uslovima treba da bude ista za sve korisnike. Izuzetno, popusti su objektivno opravdani i mogu se odobriti posebnim kategorijama korisnika (npr, invalidima, korisnicima socijalne pomoći). Operatori će objaviti u svom Cjenovniku odobrene popuste određenim kategorijama korisnika, koji su bazirani na objektivnim kriterijumima, kao što su: obim saobraćaja, broj linija, rok zaključenog korisničkog ugovora (maksimum 24 mjeseca) i sl.

### **Zabrana neosnovanog vezivanja određenih usluga**

Kod ocjene prepreka razvoju konkurencije, Agencija je razmatrala da li vezana/kombinovana ponuda usluga (eng. tying and bundling) predstavlja potencijalnu prepreku razvoju konkurencije s aspekta prenošenja značajne tržišne snage sa jednog tržišta na blisko povezana horizontalna tržišta. Naime, integrisanje usluga u okviru jednog paketa, onemogućava transparentnost cijena pojedinih usluga. S druge strane, praksa kombinovanih paketa usluga može rezultirati racionalizacijom troškova poslovanja operatora, i samim tim i povoljnostima za krajnje korisnike. Međutim, ova praksa ima anti-konkurentski karakter u slučaju kombinovanja usluge sa konkurentskog i usluge sa nekonkurentskog tržišta u okviru tarifnog paketa. Strategijom ponude vezanih/kombinovanih paketa (eng. tying and bundling) operator sa značajnom tržišnom snagom učvršćuje svoju poziciju i uvećava barijere uvođenju konkurencije na relevantno tržište. Glavni cilj nametanja ove obaveze je u spriječavanju ili ograničavanju prepreka razvoju konkurencije na relevantnom tržištu, koje se odnose na neosnovano vezivanje određenih usluga, s obzirom da ova praksa može imati negativan efekat na operatore i krajnje korisnike.

U skladu sa članom 15 Pravilnika o regulaciji cijena maloprodajnih elektronskih komunikacionih usluga koje se pružaju putem javnih fiksnih telefonskih mreža, koji se odnosi na zabranu primjene ponuda kojima se vrši neosnovano vezivanje usluga, Agencija će provjeravati praksu

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

U cilju sprovođenja ovakve provjere, operator sa značajnom tržišnom snagom će obavijestiti Agenciju o troškovnoj strukturi veleprodajne cijene usluga ili mrežne opreme koja se koristi za pružanje maloprodajnih usluga, i drugim relevantnim informacijama, nakon čega će Agencija ispitati poštovanje principa transparentnosti, nediskriminatornosti i troškovne orijentisanosti cijena, kao i identifikovati potencijalne anti-konkurentske aktivnosti.

Crnogorski Telekom je u obavezi da usluge koje su sastavni dio paketa nudi i na pojedinačnoj osnovi. Drugim riječima, krajnjem korisniku treba omogućiti slobodu izbora, u skladu sa potrebama, korišćenja određene usluge pojedinačno ili u okviru paketa.

Crnogorski Telekom je u obavezi da transparentno prezentira razlike u cijenama, uključujući i razlike u popustima između pojedinačnih i kombinovanih usluga, koje treba da budu bazirane na principima objektivnosti i troškovne orijentisanosti.



Prilog 1: Mišljenje Agencije za zaštitu konkurencije na nacrt testa tri kriterijuma na relevantnim tržištima



Crna Gora  
Agencija za zaštitu konkurencije  
Savjet

Adresa: ul Svetlane Kane Radević br. 3  
81000 Podgorica, Crna Gora  
tel: +382 20 239010  
fax: +382 20 239015  
www.azzk.me

AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE I POŠTANSKU DJELATNOST			
Priznato:	08.11.2019		
Org. jed.	Stroj	Pr. og.	Upravitelj
0102-7446/1			

Br. 01-378/8

05.11.2019.godine

Savjet Agencije za zaštitu konkurencije na osnovu člana čl. 20f stav 1 tačka 8 i 19 stav 2 tačka 16 ("Sl.list CG", br. 44/12 i 13/18), na osnovu Prijedloga mišljenja V.D. direktora Agencije za zaštitu konkurencije, dostavljenog shodno članu 22 stav 1 tačka 7 Zakona o zaštiti konkurencije, daje sljedeće

### MIŠLJENJE

**Agencija za zaštitu konkurencije je saglasna sa predloženim tekstom *Nacrta Testa tri kriterijuma na relevantnim tržištima*:**

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

**a za potrebe nadležnosti i rada Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost, u skladu sa Zakonom o elektronskim komunikacijama („Sl. list Crne Gore" broj 40/13, 56/13 i 2/17), 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 i Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost.**

### Obrazloženje

Agencija za zaštitu konkurencije (u daljem tekstu: „Agencija") je dana, 23.09.2019. godine, primila zahtjev<sup>1</sup> Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost (u daljem tekstu: „AEKIP") za izjašnjenje i mišljenje na Nacrt Testa tri kriterijuma na relevantnim tržištima:

<sup>1</sup> Br.0303-6441/1 od 20.09.2019.godine, zaveden kod Agencije za zaštitu konkurencije pod br.02-378/5



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

AEKIP je, po pribavljenom Mišljenju Agencije na tekst Prijedloga Odluke o relevantnim tržištima usluga koja su predmet ispunjenosti Testa tri kriterijuma sa ciljem dokazivanja opravdanosti dalje primjene prethodne regulacije, br.02-378/4 od 28.05.2019. godine, donijela Odluku o provjeri ispunjenosti Testa tri kriterijuma na gore navedenim relevantnim tržištima („Sl.list Crne Gore”, br. 31/19).

Pravni osnov za davanje mišljenja Agencije na navedeni Test tri kriterijuma predstavljaju odredbe člana 22, stav 1, tačka 7 Zakona o zaštiti konkurencije („Sl.list Crne Gore”, br. 44/12 i 13/18), kao i odredbe člana 65 Zakona o elektronskim komunikacijama („Sl.List Crne Gore” br. 40/13) (u daljem tekstu: „ZEK”), kojim je propisano da AEKIP 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, AEKIP sprovodi postupak određivanja relevantnog tržišta u skladu sa propisima kojima se uređuje zaštita konkurencije. Pored toga, nekadašnja Uprava za zaštitu konkurencije je sa AEKIP-om potpisala Sporazum o saradnji na području obezbjeđenja konkurencije i preduprjeđenja štetnih efekata nedostatka konkurencije na tržištu usluga elektronskih komunikacija (u daljem tekstu: „Sporazum”).

Uvidom u dostavljeni Nacrt Testa tri kriterijuma na gore navedenim relevantnim tržištima, Agencija je utvrdila da je AEKIP u postupku analize primjenjivala evropske direktive koje su na snazi na području elektronskih komunikacija, a koje su implementirane u crnogorsko zakonodavstvo kroz ZEK.

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

Prilikom izrade pomenutog Nacrta Testa tri kriterijuma, AEKIP je polazila od Preporuke Evropske komisije o relevantnim tržištima proizvoda i usluga u sektoru elektronskih komunikacija, koja podliježu *ex ante* regulaciji<sup>2</sup> i Smjernica Evropske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage, shodno zajedničkom regulatornom okviru za elektronske komunikacione mreže i usluge.

---

<sup>2</sup> 2014/710/EC





Tržišta obuhvaćena važećom 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 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<sup>3</sup> Testa tri kriterijuma, navedeni u članu 65 stav 3 ZEK-a.

S obzirom da *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*, nijesu sastavni dio važeće Preporuke Evropske komisije<sup>4</sup>, AEKIP navedena relevantna tržišta može prethodno regulisati jedino u slučaju da su istovremeno zadovoljena tri kriterijuma, navedena u članu 65 stav 3 ZEK-a.

Prema mišljenju AEKIP-a Test tri kriterijuma, shodno članu 65 ZEK-a je zadovoljen na svim relevantnim tržištima datim u predloženom tekstu navedenog Nacrta Testa tri kriterijuma, te da su stoga ova tržišta podložna prethodnoj (*ex-ante*) regulaciji.

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

Uzimajući u obzir činjenicu da će AEKIP u slučaju neodostatka efikasne konkurencije na tržištu, utvrditi operatora sa značajnom tržišnom snagom na određenom tržištu kojem se nameću određene mjere i obaveze, to je Agencija u **potpunosti saglasna sa ovakvim načinom regulisanja**, a koje ne utiče na nadležnosti i postupke koje Agencija može voditi protiv tako utvrđenog operatora sa značajnom tržišnom snagom.

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

ČLAN SAVJETA  
Jovana Tošković



PREDSJEDNIK SAVJETA  
Miodrag Vujović

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

<sup>4</sup> Izvor: Nacrt Testa tri kriterijuma na relevantnim tržištima, priloženi aktom AEKIP-a, br.0303-6441/1 od 20.09.2019.godine