



CRNA GORA
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE
I POŠTANSKU DJELATNOST

**Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva
iz javnih mobilnih telefonskih mreža
–Analiza–
Nacrt**

Sadržaj

1.	Rezime	4
2.	Uvod	6
2.1	Regulatorni okvir Evropske unije za elektronske komunikacije	6
2.2	Pravni osnov za sprovođenje Testa tri kriterijuma	8
2.3	Saradnja sa Agencijom za zaštitu konkurencije	10
2.4	Hronološki redosljed aktivnosti Agencije u postupku sprovođenja Testa tri kriterijuma	10
3.	DEFINICIJA RELEVANTNOG TRŽIŠTA USLUGA	11
3.1	Određivanje granica relevantnog tržišta za potrebe sprovođenja Testa tri kriterijuma	11
3.1.1	Zaključak	21
3.2	Zamjenjivost na strani tražnje – veleprodajni nivo	22
3.3	Zamjenjivost na strani ponude – veleprodajni nivo	24
3.4	Relevantno tržište u geografskoj dimenziji	25
3.5	Stav Agencije o određivanju relevantnog tržišta	26
4.	TEST TRI KRITERIJUMA	27
4.1	Prvi kriterijum: postojanje snažnih i trajnih barijera za ulazak na tržište, strukturne, pravne i regulatorne prirode;	27
4.1.1	Strukturne barijere ulaska na tržište	28
4.1.2	Pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište	30
4.2	Drugi kriterijum: struktura tržišta ne pokazuje tendencije razvoja efikasne tržišne konkurencije u odgovarajućem vremenskom periodu, ne dužem od tri godine	33
4.3	Treći kriterijum: primjena propisa kojima se uređuje zaštita konkurencije ne obezbjeđuje efikasno otklanjanje nedostataka na tržištu.	43
4.3.1	Stepen opšteg nekonkurentnog ponašanja	43
4.3.2	Stepen kompleksnosti otklanjanja nekonkurentnog ponašanja	43
4.3.3	Nekonkurentsko ponašanje može dovesti do nepopravljive štete na relevantnom tržištu	44
4.3.4	Potreba za regulatornom intervencijom kako bi se dugoročno osigurao razvoj efikasne konkurencije na tržištu	44
4.3.5	Zaključak o trećem kriterijumu	45
4.4	Zaključak Agencije da li je relevantno tržište podložno ex ante regulaciji	45
5.	Analiza relevantnog tržišta	47
5.1	Fokus koordinacije (eng. focal point)	49
5.2	Niska elastičnost tražnje	50

5.3	Simetrične pozicije operatora	50
5.3.1	Tržišna učešća	50
5.3.2	Sličnost troškovnih struktura	51
5.3.3	Homogenost proizvoda	52
5.4	Visoke pravne ili ekonomske barijere za ulazak na tržište	53
5.5	Nedostatak kompenzacione kupovne moći	53
5.6	Zaključak o procjeni postojanja operatora sa značajnom tržišnom snagom	54
6.	PREPREKE U RAZVOJU TRŽIŠNE KONKURENCIJE	55
6.1	Odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa	55
6.2	Prenošenje značajne tržišne snage na osnovama nevezanim za cijene	56
6.3	Prenošenje značajne tržišne snage na osnovama vezanim za cijene	60
7.	POCJENA EFEKATA IMPLEMENTACIJE RANIJE PROPISANIH REGULATORNIH OBAVEZA	62
7.1	Pravni osnov	62
7.2	Važeće regulatorne obaveze	62
8.	ODREĐIVANJE OBAVEZA OPERATORU SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM	65
8.1	Pristup elementima mreže i njihovo korišćenje	66
8.2	Obaveza obezbjeđivanja nediskriminatornosti	68
8.3	Obaveza objavljivanja podataka	69
8.4	Odvojeno vođenje računovodstvenih evidencija	71
8.5	Kontrola cijena i vođenje troškovnog računovodstva	72
9.	PRILOZI	75

1. REZIME

Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost¹ 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.

Agencija tržište može prethodno regulisati jedino u slučaju da su istovremeno zadovoljena tri kriterijuma navedena u članu 65 stav 3 Zakona o elektronskim komunikacijama.

Agencija je koristila iz svoje baze podataka specifične tehničke, statističke, operativne i finansijske podatke koji se odnose na period od poslednje tri godine od 2016. do 2018. godine (na polugodišnjoj osnovi) neophodne za sprovođenje postupka definisanja i analize relevantnog tržišta.

¹ u daljem tekstu Agencija

Nakon prikupljanja podataka, Agencija je otpočela sprovođenje provjere Testa tri kriterijuma na tržištu usluga pristupa i započinjanja poziva (originacije) u mobilnim mrežama. Takođe, Agencija je koristila i podatke koje operatori dostavljaju u okviru redovnih izvještaja.

Prema mišljenju Agencije Test tri kriterijuma, shodno članu 65 Zakona o elektronskim komunikacijama, je zadovoljen na relevantnom tržištu usluga pristupa i započinjanja poziva (originacije) u mobilnim mrežama, stoga je ovo tržište podložno prethodnoj (*ex-ante*) regulaciji.

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

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)⁷;
- 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 građana⁸;

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

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

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

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

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

⁷ 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.

⁸ 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,

- 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 regulaciji⁹.

Evropska Komisija je 2002. godine objavila Smjernice za nacionalna regulatorna tijela o definisanju i analizi relevantnih tržišta¹⁰, 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)¹¹ 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)¹² 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

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.

⁹ 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.

¹⁰ 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).

¹¹ 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).

¹² 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.

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)¹³ 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.

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 ovlaštenja sama da utvrde, imajući u vidu specifičnosti nacionalnih tržišta, da su pojedina tržišta van liste od četiri gore navedena relevantna tržišta, podložna *ex-ante* regulaciji, ali uz uslov da se dokaže da su na tim tržištima istovremeno zadovoljeni uslovi Testa tri kriterijuma.

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 za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost (u daljem tekstu 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.

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

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

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

Shodno navedenom, u slučaju istovremene ispunjenosti sva tri kriterijuma, u skladu sa članom 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.

Agencija relevantno tržište može prethodno regulisati jedino u slučaju da su istovremeno zadovoljena tri kriterijuma navedena u članu 65 stav 3 Zakona o elektronskim komunikacijama. U slučaju da su zadovoljena prethodno navedena tri kriterijuma, Agencija će sprovesti postupak analize tržišta u skladu sa Zakonom.

U skladu sa svim gore navedenim, Savjet Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost, na sjednici održanoj 28.05.2019 godine je donio Odluku o relevantnim tržištima usluga koja su predmet provjere ispunjenosti testa tri kriterijuma sa ciljem dokazivanja opravdanosti dalje primjene prethodne regulacije ("Sl. list Crne Gore", br. 031/19). Za

relevantna tržišta usluga, na kojima Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost provjerava ispunjenost Testa tri kriterijuma, određena su sledeća tržišta:

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

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 Uprava za zaštitu konkurencije potpisale su, dana 28.04.2009. godine, Sporazum o saradnji na području obezbjeđenja konkurencije i predupređenja štetnih efekata nedostatka konkurencije na tržištu usluga elektronskih komunikacija.

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 na sjednici održanoj 28.05.2019 godine 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", br. 031/19).

Agencija se koristila podacima koji su joj na raspolaganju, a koje operatori u okviru redovnih izvještaja dostavljaju Agenciji. Nakon prikupljanja potrebnih podataka, Agencija je otpočela sprovođenje Testa tri kriterijuma na relevantnom veleprodajnom tržištu pristupa i originacije poziva u mobilnim mrežama.

3. DEFINICIJA RELEVANTNOG TRŽIŠTA USLUGA

Utvrđivanje relevantnog tržišta predstavlja osnovu za sprovođenje testa tri kriterijuma te, u slučaju da su isti kumulativno zadovoljeni, sprovodi se analiza tržišta, koja se sastoji od određivanja relevantnog tržišta i procjene postojanja jednog ili više operatora sa značajnom tržišnom snagom na tom tržištu te određivanja regulatornih obaveza operatorima sa značajnom tržišnom snagom.

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 stav 1 tačka 18, člana 14 stav 1 tačka 6 i čl. 64 i 65 Zakona o elektronskim komunikacijama („Sl. list Crne Gore” broj 40/13, 56/13 i 02/17), a u vezi sa tačkom 3 Odluke o relevantnim tržištima usluga („Sl. list Crne Gore” broj 02/17) i Odlukom o relevantnim tržištima koja su predmet provjere ispunjenosti Testa tri kriterijuma („Sl. list Crne Gore” broj 50/2012), Savjet Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost, na sjednici održanoj 28.05.2019.godine, donio je Odluku o analizama relevantnih tržišta.

Sprovođenje Testa tri kriterijuma je potrebno 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.

3.1 Određivanje granica relevantnog tržišta za potrebe sprovođenja Testa tri kriterijuma

Smisao procesa određivanja relevantnog tržišta je utvrditi ograničenja odnosno prepreke sa kojima se na tržištu suočavaju operatori elektronskih komunikacija. U procesu određivanja relevantnog tržišta odnosno granica samog tržišta, Agencija je obavezna odrediti dimenziju usluga i geografsko tržište, vodeći naročito računa o relevantnim Smjernicama Evropske

komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage, te o relevantnoj pravnoj tekovini Evropske unije iz područja tržišne konkurencije.

Prilikom određivanja relevantnog tržišta odnosno dimenzije usluga polazi se od utvrđivanja zamjenjivosti ponude i zamjenjivosti tražnje. Zamjenjivost ponude i tražnje moguće je utvrditi pomoću testa hipotetičkog monopola, pomoću kojeg je potrebno ocijeniti kako će korisnici i konkurencija reagovati ako dode do malog, ali značajnog, trajnog povećanja cijena.

3.1.1. Karakteristike tržišta mobilne telefonije u Crnoj Gori

U periodu od 01.01.2016.god.–31.12.2018.godine, što predstavlja relevantan period za ovu Analizu, u Crnoj Gori postoje tri operatora javnih mobilnih mreža koja nude elektronske komunikacione usluge na komercijalnoj osnovi i to su: Crnogorski Telekom a.d. Podgorica, Telenor d.o.o. Podgorica i M-Tel d.o.o. Podgorica.

Telenor d.o.o - prva mobilna mreža u Crnoj Gori koja je osnovana 1996.godine pod imenom Promonte. Kompanija Promonte je društvo sa ograničenom odgovornošću i od prvog dana dio Telenor porodice – Telenor Mobile Holding AS . 2006.godine kompanija usvaja Telenorov vizuelni identitet. Počev od januara 1996 godine European Telecom S.A je korisnik koncesije na period od 20 godine za realizaciju javne mobilne telekomunikacione mreže, a na osnovu Ugovora o koncesiji zaključenog sa Vladom Republike Crne Gore. Dana 20.12.2001.godine European Telecom S.A i Telekom Crne Gore su zaključili Ugovor o prenosu udijela kojim je Telekom cijelokupni svoj osnivački ulog u Promonteu prenio na drugog osnivača tj. na European Telecom S.A. Agencija za telekomunikacije i poštansku djelatnost je 01.01.2002.godine izdala posebnu Licencu broj: 01-423 za građenje, posjedovanje i eksploatisanje mobilne javne telekomunikacione mreže, na period od 15 godina od dana stupanja na snagu Licence. Ugovorom o kupovini akcija iz decembra 2005.godine Telenor Mobile Holding AS je postao vlasnik European Telecom S.A što je rezultiralo promjenom osnivača Promontea, tako da je izvršena promjena podataka o osnivaču u skladu sa zakonskom procedurom. U decembru 2006.godine Agencija za telekomunikacije i poštansku djelatnost je izdala Promonteu Anex D i Anex E posebne Licence broj 01-423 na osnovu kojih Promonte ima pravo na obavljanje međunarodnog saobraćaja i pravo da pruža javne internet sevise. Dana 13.04.2007.godine Agencija za telekomunikacije i poštansku djelatnost je izdala Promonteu Posebnu Licencu broj 01-122 za građenje, posjedovanje i eksploatisanje mobilne javne telekomunikacione mreže i pružanje mobilnih javnih telekomunikacionih servisa u skladu sa IMT200/UMTS standardom, na period od 15 godina od dana stupanja na snagu Licence. U radio-pristupnoj mreži su implementirane 2G (GSM, uključujući GPRS i EDGE), 3G (IMT2000/UMTS, uključujući HSPA+ i DC-HSPA), kao i 4G(LTE 3GPP rel 8) tehnologije.

Crnogorski Telekom a.d. – je mobilna telekomunikaciona kompanija koju je osnovao Crnogorski Telekom A.D. Većinski vlasnik Crnogorskog Telekom je sa 76,53% Hrvatski Telekom. Crnogorski Telekom posluje kao jednočlano društvo sa ograničenom odgovornošću. Nakon rebrendiranja koje je izvršio vlasnik kompanije (kada je Telekom Crna Gora promijenio ime u Crnogorski Telekom), Monet d.o.o je takođe promijenio naziv u Crnogorski Telekom CG. Agencija za telekomunikacije i poštansku djelatnost je 2002.godine izdala posebnu Licencu za građenje, posjedovanje i eksploatisanje mobilne javne telekomunikacione mreže, na period od 15 godina od dana stupanja na snagu Licence. U

radio-pristupnoj mreži su implementirane 2G (GSM, uključujući GPRS i EDGE), 3G (IMT2000/UMTS, uključujući HSPA+ i DC-HSPA), kao i 4G(LTE 3GPP rel 8) tehnologije.

Društvo za telekomunikacije Mtel d.o.o. – je u aprilu 2007. godine dobio licencu za trećeg operatora na teritoriji Crne Gore. Prisutan je u Crnoj Gori u okviru srpsko-holandskog konzorcijuma 51%, Telekom Srbija i 49% Ogalar B.V. M:tel mreža počela je sa komercijalnim radom 9. jula 2007. godine. Pored prepaid-a i postpaid-a, usluga GSM i UMTS mreže, M:tel je građanima Crne Gore ponudio i usluge fiksne telefonije i Interneta zasnovanog na WiMAX tehnologiji. WiMAX je bežična pristupna tehnologija koja omogućava usluge fiksne telefonije i interneta kako za rezidencijalne tako i za poslovne korisnike. U radio-pristupnoj mreži su implementirane 2G (GSM, uključujući GPRS i EDGE) i 3G (IMT2000/UMTS, uključujući HSPA+ i DC-HSPA) tehnologije. Sva tri operatora koja posluju na tržištu potpisala su ugovor o međusobnom povezivanju čime je omogućena direktna komunikacija njihovih korisnika.

Operatori Telenor, Crnogorski Telekom i Mtel svoje usluge nude na čitavom području Crne Gore, što je evidentno i iz indikatora pokrivenosti stanovništva signalom i indikatora pokrivenosti teritorije koji su dati u slijedećoj tabeli:

Tabela 1: Pregled pokrivenosti stanovništva signalom i indikatora pokrivenosti teritorije

Tehnologija	Kriterijum	CRNOGORSKI TELEKOM	TELENOR	MTEL
GSM - stanovništvo	RxLev \geq -99 dBm	97,25%	97,56%	97,22%
GSM - teritorija	RxLev \geq -99 dBm	78,22%	77,90%	74,18%
UMTS - stanovništvo	RSCP \geq -99 dBm	95,13%	96,27%	94,48%
UMTS - teritorija	RSCP \geq -99 dBm	68,32%	72,14%	56,86%
GSM/UMTS kompozitno (Voice/SMS) - stanovništvo	RxLev \geq -99 dBm & RSCP \geq -99 dBm	97,48%	97,61%	97,36%
GSM/UMTS kompozitno (Voice/SMS) - teritorija	RxLev \geq -99 dBm & RSCP \geq -99 dBm	79,21%	77,90%	74,75%
LTE (osnovno) - stanovništvo	RSRP \geq -120 dBm	95,10%	96,19%	92,66%
LTE (osnovno) - teritorija	RSRP \geq -120 dBm	67,54%	71,07%	57,88%
LTE (10 Mb/s DL) - stanovništvo	RSRP \geq -103 dBm@10 MHz & RSRP \geq -109 dBm@20 MHz	92,54%	92,87%	88,52%
LTE (10 Mb/s DL) - teritorija	RSRP \geq -103 dBm@10 MHz & RSRP \geq -109 dBm@20 MHz	54,48%	51,27%	39,08%
GSM kompozitno (sve tri mreže) - stanovništvo	RxLev \geq -99 dBm	98,41%		
GSM kompozitno (sve tri mreže) - teritorija	RxLev \geq -99 dBm	83,88%		
UMTS kompozitno (sve tri mreže) - stanovništvo	RSCP \geq -99 dBm	97,79%		

UMTS kompozitno (sve tri mreže) - teritorija	RSCP \geq -99 dBm	79,37%
LTE (osnovno) kompozitno (sve tri mreže) - stanovništvo	RSRP \geq -120 dBm	97,24%
LTE (osnovno) kompozitno (sve tri mreže) - teritorija	RSRP \geq -120 dBm	77,30%

3.1.2. Relevantno tržište u dimenziji usluga

Relevantno tržište je skup svih javno ponuđenih telekomunikacionih servisa, koji su po svojim karakteristikama i namjeni međusobno zamjenjivi na određenom geografskom području, pri datom nivou cijena. Osnovna načela definisanja relevantnih tržišta odnose se na analizu stepena supstitucije na strani tražnje, stepena supstitucije na strani ponude i analize potencijalnih konkurentskih pritisaka. Analiza stepena supstitucije na strani tražnje predstavlja utvrđivanje asortimana usluga koje krajnji korisnik može smatrati supstitutivnim uslugama na relevantnom tržištu. Takođe, vrši se analiza može li potencijalni pružalac telekomunikacionih servisa 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 koji već pruža usluge 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, usljed preorijentacije krajnjih korisnika ka supstitutivnim uslugama.

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.

3.1.3. Zamjenjivost na strani tražnje – maloprodajni nivo

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

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

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

Nadalje, krajnji korisnik u slučaju izbora pretplatničkog tarifnog paketa određeni fiksni iznos plaća kroz mjesečnu pretplatu, a drugi dio plaća kroz usmjeravanje odlaznih poziva po minuti razgovora zavisno o mreži i vrsti poziva koji je uputio. U većini slučajeva korisnici su osjetljivi na cijenu usluge koju kupuju te na taj način ograničavaju operatore da podižu cijene svojih usluga. Vezano za tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva, za razliku od tržišta završavanja (terminacije) poziva, operatori nisu u mogućnosti povećavati cijenu svojih tarifnih paketa za postpaid korisnike i prepaid korisnike iz razloga što je velika vjerovatnoća da će korisnici, u slučaju povećanja cijene, odlučiti promijeniti pristupnog operatora.

Posledično, navedeno povećanje cijene za operatore neće biti profitabilno iz razloga što viši prihod od maloprodajnih cijena neće pokriti gubitke koji će nastati zbog manje baze korisnika odnosno prelaska sopstvenih korisnika na ostale operatore mobilnih mreža koji posluju na tržištu.

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

- pristup u mobilnoj mreži;
- pozivi na geografske brojeve;
- pozivi na negeografske brojeve (usluge s dodanom vrijednosti);
- pozivi na brojeve u mobilnim mrežama;
- pozivi na brojeve posebnih službi i usluga (kratki kodovi);
- pozivi na međunarodne brojeve;
- odlazni pozivi u roaming-u (eng. international roaming calls).

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

Na osnovu navedenog, a uzimajući u obzir potrebu analize maloprodajnog nivoa kao osnov za određivanje tržišta na veleprodajnom nivou, i imajući u vidu da je usluga pristupa preduslov za pružanje usluga započinjanja (originacije) poziva i javno dostupne telefonske

usluge u mobilnoj mreži krajnjim korisnicima, Agencija je razmotrila i druge načine komunikacije kao moguće supstitutivne usluge pozivima iz mobilnih mreža.

a) Pozivi započeti u fiksnim mrežama kao supstitutivna usluga pozivima započetim u mobilnim mrežama

U slučaju da određeni operator mobilnih mreža poveća maloprodajne cijene pristupa i odlaznih poziva, krajnji korisnik će biti prisiljen tražiti uslugu koja bi mogla zamijeniti prethodno pomenute usluge. Potencijalna supstitutivna usluga bi mogao biti pristup i odlazni poziv kod operatora fiksne mreže. Međutim, pozivi s fiksnih brojeva ignorišu osnovni princip mobilnih usluga, a to je da su oni po svojoj prirodi mobilni odnosno nisu vezani za tačno određenu lokaciju. Drugim riječima, operatori fiksnih mreža omogućavaju krajnjem korisniku da pristupi mreži i uputi poziv samo na lokaciji fiksnog telefona odnosno fiksnoj lokaciji dok operatori mobilnih mreža krajnjem korisniku omogućavaju pristup mreži i mogućnost upućivanja poziva nezavisno od lokacije. Isto tako, krajnji korisnici žele imati pristup mreži operatora mobilnih mreža nezavisno što već imaju pristup mreži preko operatora fiksne mreže.

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

b) SMS usluge

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

- SMS poruka može prenijeti limitirani broj znakova po poruci (160 alfanumeričkih znakova);

S obzirom da u Crnoj Gori prosječan razgovor po korisniku traje oko dva minuta, Agencija je mišljenja da 160 znakova u poruci ne može biti supstitutivna usluga prosječnom razgovoru koji traje oko dva minuta.

- SMS poruke se ne prenose u realnom vremenu;

- Kod prenosa SMS poruke, za razliku od govornih poziva, postoji kašnjenje u prenosu obzirom da se prenos SMS poruke odvija po principu „sačuvaj i prosljedi“.

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

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

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

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

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

d) Rezidencijalni korisnici i poslovni korisnici

Svi postojeći operatori mobilnih mreža Crnogorski Telekom a.d. Podgorica, Telenor d.o.o. Podgorica i M-Tel d.o.o. Podgorica nude tarifne pakete za postpaid korisnike i prepaid korisnike. Rezidencijalni i poslovni korisnici su u mogućnosti kupovati/koristiti tarifne pakete za postpaid korisnike i prepaid korisnike te prelaziti s jednih tarifnih paketa na druge bez ili sa vrlo malom dodatnom naknadom.

Poslovni i rezidencijalni korisnici u načelu zahtijevaju iste mobilne usluge koje su bile važan razlog zašto Agencija u prethodne dvije analize zaključila da su usluge za ova dva tipa korisnika dio istog maloprodajnog tržišta. U međuvremenu, Agencija je uočila da mogu postojati različiti konkurentski uslovi u ova dva segmenta.

Poslovni korisnici u sve većoj mjeri traže zahtjevnije i složenije usluge od rezidencijalnih korisnika. Ova vrsta usluga uključuje, između ostalog, rješenja za objedinjene komunikacije i rješenja za centrale. Poslovni korisnici često zahtijevaju i usluge fiksne telefonije kao dio cjelovitog komunikacijskog rješenja. Poslovni korisnici imaju i druge zahtjeve za korisničku uslugu, na primjer u smislu dostupnosti. Srednja i velika preduzeća obično pregovaraju o sopstvenim ugovorima koji mogu uključivati popuste na količinu.

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

e) Usluge za postpaid korisnike i prepaid korisnike

U Crnoj Gori je broj prepaid korisnika približno na istom nivou kao broj postpaid korisnika iako je maloprodajna cijena poziva često veća kod tarifnih paketa za korisnike bez pretplatničkog odnosa nego s pretplatničkim odnosom. Međutim, osnovni razlog za

prethodno navedenu činjenicu je u tome što kod tarifnih paketa bez pretplatničkog odnosa korisnici imaju potpuno kontrolu troškova i ne primaju račun za obavljene usluge elektronskih komunikacija. U slučaju hipotetičkog povećanja cijena u tarifnim paketima bez pretplatničkog odnosa korisnici će prelaziti na tarifne pakete s pretplatničkim odnosom iz razloga što je korist od nižih cijena na tarifnim paketima s pretplatničkim odnosom veća od štete što korisnik nema potpunu kontrolu nad svojim troškovima. Pre-paid kartice i post-paid pretplate daju krajnjem korisniku pristup mobilnim uslugama koje su dio relevantnog maloprodajnog tržišta. I na strani ponude i na strani tražnje, postoji visok stepen zamjenjivosti između dva različita tipa pretplate na nivou maloprodaje. Flat paketi, gdje cijena pretplate unaprijed plaćena a sva potrošnja, izvan onoga što je uključeno u paket, se plaća naknadno, što takođe podrazumijeva da se razlika između pre-paid i post-paid u određenoj mjeri smanjuje.

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

Na osnovu toga, Agencija zaključuje da su ove dve vrste proizvoda dio istog relevantnog tržišta na nivou maloprodaje.

f) Usluge u paketu (eng. *bundlled services*)

Krajnji korisnici dobijaju pristup mobilnoj mreži kako bi mogli da pozivaju, primaju pozive, šalju tekstualne poruke i koriste usluge prenosa podataka za pristup Internetu itd. Sa stanovišta krajnjih korisnika ne postoji zamenljivost između usluge pristupa mobilnoj mreži i gore pomenutih usluga. Međutim, krajnji korisnici moraju biti povezani sa mobilnom mrežom i istovremeno imati pristup povezanim uslugama, kako bi mogli koristiti mobilnu uslugu. U tom kontekstu, Agencija smatra da pristup mobilnim mrežama i mogućnost korišćenja povezanih usluga pripadaju istom relevantnom tržištu.

Za neke krajnje korisnike, komunikacija putem tekstualne poruke i prenosa podataka može u određenoj mjeri zamijeniti govorne pozive putem mobilne mreže. Međutim, još uvijek prenos tekstualnih poruka i podataka se ne mogu smatrati apsolutnim supstitutima iz perspektive krajnjih korisnika. Činjenica da se usluge razmene tekstualnih poruka i podataka nude zajedno sa pristupom mobilnoj mreži, znači da se te usluge moraju posmatrati kao proizvod u paketu sa zajedničkim cjenovnim ograničenjima.

Broj korisnika mobilnog širokopojasnog pristupa koji su pristupili internetu putem data SIM kartica se povećavao u relevantnom periodu na koji se odnosi analiza i iznosio je 55.288 korisnika u 2016. godini, 65.613 u 2017. godini. Broj korisnika mobilnog širokopojasnog pristupa koji su pristupili internetu putem data SIM kartica tokom 2018. godine se smanjio za 16,96% u odnosu na 2017. godinu.

Ukupan broj prepaid i postpaid korisnika mobilnih operatora koji su pristupili internetu (putem mobilnih telefona i modema) krajem 2017. godine je iznosio 418.322 korisnika, pri čemu je 361.139 koristilo 3G, a 133.239 korisnika 4G tehnologiju pristupa. Nadalje, ukupan broj prepaid i postpaid korisnika mobilnih usluga koji su pristupili internetu krajem

2018.godine iznosio je 462.022 (povećanje od 10,45% u odnosu na 2017. godinu), pri čemu je 404.843 koristilo 3G, a 215.935 korisnika 4G tehnologiju pristupa.

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

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

h) Pristup mobilnim mrežama putem različitih tehnoloških platformi

Postavlja se pitanje da li u definiciji relevantnog tržišta proizvoda na maloprodajnom nivou postoji razlog da se pravi diferencijacija u smislu tehnologije preko koje se pružaju relevantne usluge. Za krajnjeg korisnika je manje važno da li se pozivi ili poslane tekstualne poruke prenose preko GSM ili UMTS mreže. Mobilni telefoni koji podržavaju obje ove tehnologije su uobičajeni na našem tržištu. U različitim vremenskim intervalima tokom poziva, jedan poziv može da se prebacuje sa GSM na UMTS mrežu i obrnuto. Ovo se odvija na način da krajnji korisnik ne primjeti prebacivanje sa mreža tokom poziva. Pristupi GSM i UMTS mrežama, dakle, moraju biti tretirani kao supstituti sa stanovišta krajnjeg korisnika. Usluga pristupa takvim mrežama je, takođe, obezbijedena zajedno, a ne u smislu odvojenih usluga.

Mobilni operatori u Crnoj Gori sve više nude pristup uslugama prenosa podataka u LTE mrežama. LTE mreže se proširuju, a stepen pokrivenosti stanovništva i teritorije stalno raste. Nakon aukcije spektra koja je sprovedena 2016. godine, operatori su obezbijedili frekvencije u opsegu od 800 MHz koje su pogodne za proširenje LTE-a. Frekvencijski opseg od 1800 MHz, koji je dodeljen zajedno sa frekvencijskim opsegom od 800 MHz, takođe je relevantan frekvencijski opseg za LTE.

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

krajnje korisnike usluge putem LTE su zamjenjive sa uslugama preko platformi uključenih u ovu analizu.

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

3.1.4. Zamjenjivost na strani ponude – maloprodajni nivo

Operator mobilnih mreža, koji pruža samo uslugu pristupa mreži, može, u slučaju da ostali operatori koji djeluju na tržištu hipotetički povećaju cijene za usluge odlaznih poziva za 5% do 10%, u vrlo kratkom vremenskom razdoblju ponuditi osim usluge pristupa i uslugu odlaznih poziva. Operator za to ima mogućnosti s obzirom da se obje usluge nude preko istih mrežnih elemenata.

Medutim, operatori usluge pristupa i odlaznih poziva nude kao povezane usluge iz razloga što krajnji korisnici ne bi bili u mogućnosti komunicirati ako ne ostvaruju pristup mreži i mogućnost započinjanja (originacije) poziva a mogućnost supstitucije u praksi je vrlo mala. Na osnovu navedenog Agencija je mišljenja da usluge pristupa mreži i upućivanja poziva treba posmatrati kao dio istog maloprodajnog tržišta.

a) Pozivi započeti u fiksnim mrežama kao supstitutivna usluga pozivima započetim u mobilnim mrežama

U slučaju da operatori mobilnih mreža hipotetički povećaju za 5% do 10% cijenu mobilnih poziva potrebno je razmotriti mogućnost mogu li postojeći operatori fiksnih mreža započeti nuditi mobilne usluge. Po mišljenju Agencije, a uzevši u obzir ulaganja u vremenskom razdoblju na koje se odnosi analiza navedena zamjenjivost se neće ostvariti.

b) SMS usluge

Operator mobilnih mreža u mogućnosti je ponuditi niz maloprodajnih usluga umjesto individualnih usluga u slučaju da ostali operatori koji djeluju na tržištu hipotetski povećaju za 5% do 10% cijene maloprodajnih usluga koje nude. Drugim riječima, u slučaju da ostali operatori povećaju cijene za uslugu slanja SMS poruka, operator koji ne nudi uslugu slanja SMS poruka će biti u mogućnosti u kratkom vremenskom razdoblju ponuditi navedenu uslugu na tržištu iz razloga što navedeno od operatora ne bi zahtijevalo visoka dodatna ulaganja. Medutim, s obzirom da operatori svoje usluge nude kao povezane proizvode kako bi privukli korisnike u sopstvenu mrežu, mogućnost pojave zamjenjivosti na individualnim osnovama je vrlo mala.

Na osnovu prethodnog navedenog Agencija je mišljenja da govorne usluge i SMS poruke treba posmatrati kao dio istog maloprodajnog tržišta.

c) Usluge za prepaid korisnike i postpaid korisnike

U slučaju da jedan od operatora na tržištu hipotetički poveća cijene usluga za korisnike bez pretplatničkog odnosa, ostali operatori koji nude usluge za korisnike bez pretplatničkog odnosa mogu vrlo lako ponuditi usluge po cijenama na osnovu kojih operator koji je povisio cijene svojih usluga neće uspjeti profitirati. Takođe, u slučaju da neki operator ne nudi usluge bez pretplatničkog odnosa moći će u kratkom vremenskom razdoblju ponuditi po atraktivnijoj cijeni usluge bez pretplatničkog odnosa. Međutim u praksi je mogućnost da se prethodno navedeno dogodi vrlo mala jer svi operatori nude i usluge za korisnike s pretplatničkim odnosom i korisnike bez pretplatničkog odnosa.

Na osnovu svega navedenog Agencija je mišljenja da su usluge za prepaid korisnike i usluge za postpaid korisnike sastavni dio istog maloprodajnog tržišta.

3.1.1 Zaključak

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

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

- pristup u mobilnoj mreži preko infrastrukturnog operatora
- pozivi na geografske brojeve;
- pozivi na negeografske brojeve (usluge s dodatnom vrijednosti);
- pozivi na brojeve u mobilnim mrežama;
- pozivni brojevi posebnih službi i usluga (kratki kodovi);
- pozivi na međunarodne brojeve;
- odlazni pozivi u roaming-u (*eng. international roaming calls*);
- slanje svih vrsta SMS poruka.

Zaključak o maloprodajnom tržištu

Agencija je zaključila da relevantno tržište na nivou maloprodaje uključuje usluge pristupa, usluge poziva, SMS-a, ostale usluge prenosa mobilnih podataka na javnim GSM i UMTS mrežama. Uključene su i usluge prenosa podataka u LTE mrežama. Relevantno tržište proizvoda uključuje pristup pre-paid i post-paid uslugama.

3.2 Zamjenjivost na strani tražnje – veleprodajni nivo

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

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

Prilikom određivanja relevantnog tržišta na veleprodajnoj nivou Agencija je obratila pažnju na sljedeća pitanja:

a) Jesu li veleprodajne usluge koje se pružaju preko različitih mobilnih mreža sastavni dio istog relevantnog tržišta?

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

Novim operatorima koji ulaze na tržište dovoljno je da im samo jedan od postojećih operatora na tržištu ponudi uslugu pristupa i započinjanja (originacije) poziva kako bi svoje usluge mogli ponuditi na maloprodajnom nivou. Na osnovu navedenog, Agencija je mišljenja da su veleprodajne usluge koje se mogu pružati preko različitih mobilnih operatora sastavni dio istog relevantnog tržišta.

b) Treba li usluga za sopstvene potrebe (*eng. self-supply*) biti uključena u relevantno tržište zajedno s ostalim veleprodajnim uslugama koja se pruža trećoj strani?

Potrebno je utvrditi postoji li određena mogućnost konkurentskog pritiska s maloprodajnog nivoa na određivanje veleprodajne cijene usluge pristupa i započinjanja (originacije) poziva. Naime, na tržištu mogu postojati operatori koji pružaju maloprodajne usluge pristupa i odlaznih poziva putem veleprodajnih usluga pristupa i započinjanja (originacije) poziva koju ostvaruju preko postojećeg operatora na tržištu.

Ukoliko „operator A“, koji pruža veleprodajnu uslugu započinjanja (originacije) poziva, poveća cijenu iste, maloprodajna cijena usluge „operatora B“, koji veleprodajno od njega

uzima uslugu pristupa i započinjanja (originacije), će se takođe povećati iz razloga što će „operator B“, na neki način morati, prebaciti povećanje veleprodajnih troškova na krajnje korisnike.

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

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

Po pitanju "samosnadbijevanja" (eng. *self supply*) Agencija se poziva na poglavlje 3.3. Eksplanatornog dokumenta Evropske komisije uz Preporuku o relevantnim tržištima od 9. oktobra 2014.godine i BEREC-ov Izvještaj iz marta 2010.godine. Izvještaj BEREC-a prvenstveno razmatra tretman regulatora o samosnadbijevanju kod Veleprodajnog tržišta širokopojasnog pristupa (tržište 5), ali i tretman samosnadbijevanja na drugim tržištima. U Izvještaju se zaključuje da većina evropskih regulatora uzima u obzir "samosnadbijevanje" u definicijama tržišta i procjeni značajne tržišne snage. Agencija, stoga, smatra da je nužno uključiti "samosnadbijevanje" kako bi se pružila ispravna slika tržišta i relativne snage na veleprodajnom nivou. Pristup koji se obezbjeđuje za interne potrebe mrežnog mobilnog operatora - MNO je uključen u isto tržište kao i pristup koji imaju mogućnost kupiti eksterni pružaoci usluga.

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

c) Usluge pristupa i originacije iz fiksnih mreža

Pristup i originacija poziva nude se i putem fiksnih mreža, uključujući i širokopojasnu telefoniju. Širokopojasna telefonija je telefonska usluga koja koristi VoIP tehnologiju za prenos govora putem IP mreža. U posljednjih nekoliko godina, ukupni govorni saobraćaj u okviru mobilnih mreža se stalno povećavao, na račun saobraćaja u fiksnim mrežama. Stoga, postoji značajan stepen fiksno-mobilne supstitucije.

Međutim, fokus definicije ovog tržišta je da li će marginalno, ali značajno i ne-prelazno povećanje cijena u mobilnoj telefoniji dovesti do prelaska na fiksnu telefoniju u obimu koji povećanje cijena neprofitabilnim. Obrasci potrošnje krajnjih korisnika danas ne ukazuju na vjerovatnost ovog scenarija. Rast u prenosu govora i podataka sa mobilnih telefona ukazuje

na to da krajnji korisnici neće zamijeniti svoje mobilne telefone i usluge koje mobilni telefoni nude uslugama fiksne telefonije.

U određenoj mjeri, širokopojasna telefonija može omogućiti mobilnost putem nomadske upotrebe. Nomadska upotreba znači da je moguće povezivanje preko različitih fizičkih fiksnih tačaka povezivanja. Korisnici ovih usluga mogu potencijalno dobiti pristup dolaznoj i odlaznoj govornoj komunikaciji sa bilo koje pristupne tačke Interneta širom svijeta. Tokom poziva, međutim, korisnik je vezan za lokaciju i time ne postiže istu mobilnost kao kod mobilnih telefona. Na osnovu toga, Agencija smatra da usluge fiksne telefonije nisu uključene u ovo relevantno tržište proizvoda na maloprodajnom nivou.

d) Pristup mobilnim mrežama za kupce veleprodajnih proizvoda

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

Virtuelni operator mobilnih mreža (eng. *MVNO – Mobile Virtual Network Operator*) je operator koji obavlja djelatnost elektronskih komunikacionih usluga a koristi mrežu nekog od operatora mobilnih mreža. Najveća razlika je u posjedovanju radijskog dijela mreže odnosno virtuelni operator nema radijski dio mreže, odnosno, radijsku frekvenciju potrebnu za pružanje usluga. Agencija pod virtuelnim mobilnim mrežnim operatorom smatra sve slijedeće modele virtuelnih mrežnih operatora:

- Pružalac usluga (eng. *service provider*) – virtuelni operator koji ne posjeduje ni jedan od osnovnih mrežnih elemenata, te koristi SIM karticu operatora koji mu daje pristup mreži. Navedeni virtuelni operator je vrlo ograničen u mogućnosti da ponudi tarifne pakete drugačije cjenovne strukture od operatora koji mu daje pristup mreži, odnosno samo preprodaje usluge pristupnog operatora;
- Pružalac naprednih usluga (eng. *enhanced service provider*) – za razliku od pružaoca usluga koji preprodaje usluge svog pristupnog operatora, pružalac naprednih usluga je u mogućnosti ponuditi i sopstvene usluge. Ne posjeduje sopstvenu SIM karticu, ali može napraviti sopstveni brand SIM kartice pristupnog operatora;
- Puni virtuelni operator (eng. *full or extended MVNO*) – Virtuelni operator koji posjeduje sopstveni IMSI kod (eng. *International Mobile Subscriber Identity Code*), sopstveni mrežni kod, sopstvenu SIM karticu, te prodaje sopstvene usluge na maloprodajnom nivou.

3.3 Zamjenjivost na strani ponude – veleprodajni nivo

a) Jesu li veleprodajne usluge koje se pružaju preko različitih mobilnih mreža sastavni dio istog relevantnog tržišta?

Kao što je prethodno u dokumentu već navedeno, svaki operator koji djeluje na tržištu je u mogućnosti da, u slučaju hipotetičkog povećanja cijena veleprodajnih usluga drugog

operatora na tržištu, ponudi u kratkom vremenskom razdoblju i bez visokih dodatnih troškova, zavisno o poslovnom modelu, potrebnu veleprodajnu uslugu.

Iz navedenog proizlazi zaključak da su veleprodajne usluge koje se mogu pružati preko različitih mobilnih operatora sastavni dio istog relevantnog tržišta.

b) Jesu li usluga započinjanja (originacije) poziva, pristup virtuelnim operatorima i ostale veleprodajne usluge koje se pružaju preko mobilnih mreža sastavni dio istog relevantnog tržišta?

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

c) Treba li usluga za sopstvene potrebe (eng. *self-supply*) biti uključena u relevantno tržište zajedno s ostalim veleprodajnim uslugama koja se pruža trećoj strani?

Agencija smatra da procjena zamjenjivosti na strani ponude za sopstvene potrebe nije relevantna s obzirom da svi mobilni operatori u Crnoj Gori pružaju predmetne veleprodajne usluge pristupa i originacije poziva za sopstvene potrebe, odnosno sopstvenom maloprodajnom tržištu i da ih treba uključiti u relevantno tržište zajedno s ostalim veleprodajnim uslugama koje se pružaju potencijalnim operatorima.

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

3.4 Relevantno tržište u geografskoj dimenziji

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

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

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

3.5 Stav Agencije o određivanju relevantnog tržišta

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

- Usluga omogućavanja svih vrsta pristupa od strane operatora mobilnih mreža (eng. *MNO*);
- Usluga pristupa za sopstvene potrebe i usluga započinjanja (originacije) poziva iz sopstvene mreže i mreže drugih operatora koje se pružaju za sopstvene potrebe.

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

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

4. TEST TRI KRITERIJUMA

Relevantna Preporuka iz 2003. godine je obuhvatala 18 tržišta koja su bila podložna prethodnoj regulaciji što znaci 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 izmijenjena je na način da umjesto 18 relevantnih tržišta, na osnovu nove Preporuke o relevantnim tržištima, 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 regulisati, ali na način da dokažu da su na tim tržištima istovremeno zadovoljena tri kriterijuma (Test tri kriterijuma).

Tržište „Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža“, koje je na osnovu stare Preporuke o relevantnim tržištima bilo smješteno na 15. mjestu od 18 relevantnih tržišta koja su bila navedena u toj Preporuci, nije sastavni dio nove Preporuke o relevantnim tržištima. Na osnovu navedenog Agencija može prethodno regulisati navedeno tržište jedino u slučaju da su 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.

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

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

- strukturne barijere;
- pravne ili regulatorne barijere.

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

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

4.1.1 Strukturne barijere ulaska na tržište

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

- nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije
- tehnološka prednost ili nadmoć;
- jednostavan ili povlašćen pristup tržištima kapitala ili novčanim izvorima;
- ekonomija opsega;
- ekonomija razmjera;
- stepen vertikalne integracije;
- prepreke razvoju distributivno-prodajne mreže;
- stepen diversifikacije proizvoda.
- postojanje nenadoknadivih troškova;

4.1.1.1 Nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije

Infrastrukturu koju nije lako duplirati je pokazatelj tržišne snage koju uživaju postojeći operatori i povećavaju se prepreke za ulazak na tržište novih operatora, što ne ukazuje da postoji konkurencija na tom tržištu. Ako mobilni operater ima na raspolaganju infrastrukturu koju nije lako duplirati i sama ta infrastruktura predstavlja važan faktor za pružanje usluge, onda ga to stavlja u bolju poziciji na tržištu, jer može djelovati na tržištu u značajnoj mjeri nezavisno od drugih učenika na maloprodajnom i veleprodajnom tržištu. Osim toga, infrastruktura uvijek osigurava postojećim operatorima mogućnost prenosa tržišne snagu na horizontalno i vertikalno integrisana tržištima.

Potrebno je naglasiti da postojanje veleprodajnih ponuda putem kojih operatori mogu ostvariti pristup mreži postojećih operatora, ne mogu u potpunosti ukloniti, već samo ublažiti postojanje prepreka razvoju infrastrukturne konkurencije.

Nadalje, Planom namjene radio-frekvencijskog spektra u Crnoj Gori su za realizaciju radio pristupnog dijela javnih mobilnih komunikacionih mreža opredijeljeni sljedeći radio-frekvencijski opsezi: - 790-862 MHz (opseg 800 MHz), za TRA-ECS sisteme (IMT se smatra dijelom TRA-ECS);

-880-915/925-960 MHz (opseg 900 MHz), za GSM i TRA-ECS sisteme;

- 1710-1785/1805-1880 MHz (opseg 1800 MHz), za DCS1800 i TRA-ECS sisteme;

- 1900-1920 MHz, 1920-1980/2110-2170 MHz i 2010-2025 MHz (opseg 2 GHz), za IMT sisteme; - 2500-2690 MHz (opseg 2,6 GHz), za TRA-ECS sisteme;

- 3400-3600 MHz (opseg 3,5 GHz) i 3600-3800 MHz (opseg 3,7 GHz), za MFCN sisteme (podrazumijeva i IMT sisteme).

Iako su identifikovani za IMT na globalnom nivou, opsezi 3,5 GHz i 3,7 GHz još uvijek nijesu dio strategije mobilnih operatora u Evropi.

Nakon sprovedenog tendera i dodjele odobrenja za RF početkom 2012. godine, u Crnoj Gori dodijeljeni su RF resursi u opsezima 900 MHz, 1800 MHz i 2 GHz za GSM/DCS1800/UMTS/LTE mobilne komunikacione mreže.

Činjenično stanje je takvo da trenutno u opsezima 800 MHz, 900 MHz, 1800 MHz i 2 GHz, na kojima se baziraju 2G (GSM), 3G (UMTS) i 4G (LTE/LTE-Advanced) mobilne mreže, trenutno ne postoje slobodni resursi za dodjelu novom operatoru, i, ako se pretpostavi da će Mtelu biti produžene dodjele koju ističu 2022. godine, takvo stanje može ostati na snazi do 2031. godine. Jedan blok širine 2x5 MHz iz opsega 2 GHz ne pruža mogućnost realizacije UMTS mreže značajnijeg kapaciteta.

U opsegu 2,6 GHz postoje slobodni resursi na kojima se može bazirati nova 4G mreža, ali sa ograničenim mogućnostima širokog pokrivanja zbog slabijih propagacionih karakteristika opsega.

Opsezi 700 MHz, 3400-3800 MHz i 26 GHz su identifikovani za inicijalnu implementaciju 5G mobilnih mreža. Iako slobodan u Crnoj Gorri, opseg 700 MHz je praktično neupotrebljiv za MFCN sisteme na dijelu teritorije na kome živi preko polovina stanovništva Crne Gore, sve dok se isti ne oslobodi od signala digitalne zemaljske televizije u susjednim državama, a što se ne očekuje prije polovine 2022. godine.

Slično, opseg 3,5 GHz nije moguće koristiti za MFCN sisteme prije gašenja postojeće WiMAX mreže, a koja može ostati operativna do aprila 2022. godine. Resursi u opsezima 3,7 GHz (200 MHz TDD) i 26 GHz (1 GHz TDD) su slobodni i mogu biti dodijeljeni za inicijalnu implementaciju 5G mreža, ali uz ograničene mogućnosti širokog pokrivanja.

Dakle, u ovom trenutku u Crnoj Gori postoje slobodni RF resursi u opsezima 1500 MHz i 2,6 GHz za realizaciju 4G mreže, kao i u opsezima 3,7 GHz i 26 GHz za realizaciju 5G mreže, koji mogu biti dodijeljeni novom (četvrtom) mobilnom operatoru.

Polovinom 2022. godine postaće raspoloživi i resursi u opsezima 700 MHz i 3,5 GHz, takođe za 5G mobilne mreže, dok su praktično svi RF resursi koji se tradicionalno koriste za 2G i 3G mobilne mreže zauzeti do 2031. godine.

Agencija je mišljenja da na tržištu u ovom trenutku postoje određene barijere za ulazak na tržište novog operatora, a koje su povezane sa upotrebom radio-frekvencijskog spektra, s obzirom da ne postoji mogućnost dodjele radio-frekvencija iz opsega koji se tradicionalno koriste za 2G i 3G mreže, dok raspoloživi resursi za 4G i 5G mreže pružaju ograničenu mogućnost širokog pokrivanja. Sa aspekta raspoloživosti RF resursa, ulazak novog mobilnog operatora na bazi 5G mreže u punom kapacitetu je moguć tek nakon 2022. godine, kada se očekuje oslobađanje opsega 700 MHz za MFCN sisteme u susjednim državama.

Shodno navedenom, zaključujemo da na tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz mobilnih javnih komunikacionih mreža postoje barijere za ulazak na tržište (strukturne prirode).

4.1.2 Pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište

Na osnovu Preporuke Evropske komisije, pravne ili regulatorne barijere ne zavise od ekonomskih uslova, već proizlaze iz pravnih, administrativnih ili ostalih sličnih mjera koje indirektno utiču na ulazak novih operatora na tržište.

Na osnovu dokumenta evropske grupe regulatora (eng. ERG)³⁰, glavne pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište odnose se na sljedeće:

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

a) Potreba za administrativnom odlukom odnosno dozvolom kako bi se moglo započeti s komercijalnim radom

ZEK je stupio na snagu u avgusta 2013. godine. Na osnovu člana 46 ZEK-a pravno ili fizičko lice dužno je da, prije početka korišćenja, odnosno operator prije prestanka ili izmjene režima korišćenja javnih elektronskih komunikacionih mreža ili pružanja javnih elektronskih komunikacionih usluga, u pisanoj formi, podnese prijavu Agenciji.

Operator, u smislu ovog zakona, je fizičko ili pravno lice, odnosno preduzetnik koji pruža ili ima pravo da pruža javnu elektronsku komunikacionu uslugu ili da daje na korišćenje javnu elektronsku komunikacionu mrežu ili javnu elektronsku komunikacionu infrastrukturu i povezanu opremu.

Prijava se podnosi Agenciji, najmanje 15 dana prije početka korišćenja, odnosno prestanka ili izmjene režima korišćenja javnih elektronskih komunikacionih mreža ili pružanja javnih elektronskih komunikacionih usluga.

Znači 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) pa se konstatuje da po ovom pitanju nema snažnih i trajnih barijera za ulazak na predmetno tržište.

b) Ograničenja i uslovi povezani uz upotrebu radiofrekvencijskog spektra

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

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

- 694-790 MHz (opseg 700 MHz);
- 790-862 MHz (opseg 800 MHz);
- 880-915/925-960 MHz (opseg 900 MHz);
- 1452-1492 MHz (opseg 1500 MHz);
- 1710-1785/1805-1880 MHz (opseg 1800 MHz);
- 1920-1980/2110-2170 MHz (opseg 2 GHz);
- 2500-2690 MHz (opseg 2,6 GHz);
- 3400-3600 MHz (opseg 3,5 GHz) i
- 3600-3800 MHz (opseg 3,7 GHz).

S obzirom na nedavne CEPT/ECC odluke, izmjenom Plana namjene radio-frekvencijskog spektra, koja je planirana u 2020. godini, za MFCN sisteme će biti identifikovano dodatnih 50 MHz spektra u opsegu 1500 MHz (ukupno 90 MHz u opsegu 1427-1518 MHz), kao i opseg 24,25-27,5 GHz (opseg 26 GHz).

Nakon aukcije spektra iz opsega 800 MHz, 900 MHz, 1800 MHz, 2 GHz i 2,6 GHz koja je sprovedena 2016. godine stanje dodjela za MFCN sisteme u Crnoj Gori po opsezima je sljedeće:

- 700 MHz - opseg slobodan za dodjelu u Crnoj Gori, ali upotreba opsega za MFCN sisteme ograničena prisustvom signala digitalne zemaljske televizije iz susjednih država: Republike Albanije, Republike Italije i Republike Hrvatske;
- 800 MHz - cjelokupni resursi dodijeljeni do 2031. godine;
- 900 MHz - 2x25 MHz dodijeljeno do 2031. godine, 2x10 MHz dodijeljeno do 2022. godine (Mtel), trenutno nema slobodnih resursa;
- 1500 MHz - cjelokupan opseg (svih 90 MHz) slobodan za dodjelu za MFCN sisteme (predviđena upotreba za SDL);

- 1800 MHz - 2x55 MHz dodijeljeno do 2031. godine, 2x20 MHz dodijeljeno do 2022. godine (Mtel), trenutno nema slobodnih resursa;
- 2 GHz - 2x40 MHz dodijeljeno do 2031. godine, 2x15 MHz dodijeljeno do 2022. godine (Mtel), trenutno slobodan jedan blok širine 2x5 MHz;
- 2,6 GHz - 2x30 MHz (FDD) i 5 MHz (TDD) dodijeljeno do 2031. godine, trenutno slobodno 2x40 MHz (FDD) i 40 MHz (TDD);
- 3,5 GHz - 2x25 MHz (FDD) dodijeljeno do 2022. godine za fiksni WiMAX, ograničena mogućnost korišćenja za MFCN sisteme zbog FDD/TDD konflikta i osjetljivosti WiMAX korisničkih terminala;
- 3,7 GHz - opseg slobodan za dodjelu za MFCN sisteme, uključujući 5G NR;
- 26 GHz - slobodno 1 GHz spektra (26,5-27,5 GHz) za dodjelu za MFCN sisteme, uključujući 5G NR.

Na aukciji spektra iz 2016. godine Agencija je, kroz rezervaciju spektra iz novih opsega (bloka širine 2x10 MHz iz opsega 800 MHz i bloka širine 2x20 MHz iz opsega 2,6 GHz), omogućila direktan pristup RF spektru zainteresovanom novom (četvrtom) mobilnom operatoru. Uz direktan pristup spektru, novom operatoru je garantovan pristup postojećoj elektronskoj komunikacionoj infrastrukturi, kao i nacionalni roaming kod postojećih mobilnih operatora u periodu od pet godina. S obzirom da nije bilo zainteresovanih subjekata, rezervisani spektar za nove operatore je, zajedno sa ostalim resursima, bio predmet otvorenog nadmetanja.

Agencija je mišljenja da na tržištu u ovom trenutku postoje određene dugoročne regulatorne barijere za ulazak na tržište novog operatora, a koje su povezane sa upotrebom radio-frekvencijskog spektra, s obzirom da ne postoji mogućnost dodjele radio-frekvencija iz opsega koji se tradicionalno koriste za 2G i 3G mreže, dok raspoloživi resursi za 4G i 5G mreže pružaju ograničenu mogućnost širokog pokrivanja. Sa aspekta raspoloživosti RF resursa, ulazak novog mobilnog operatora na bazi 5G mreže u punom kapacitetu je moguć tek nakon 2022. godine, kada se očekuje oslobađanje opsega 700 MHz za MFCN sisteme u susjednim državama.

c) Uticaji načina na koji je postavljena regulacija na nove operatore koji planiraju da uđu na tržište

Agencija smatra da ne postoje nikakve odredbe, u zakonskim ili podzakonskim aktima, koje bi onemogućile operatoru koji je izgradio sopstvenu mrežu da ostvari ulazak na tržište i počne da pruža komercijalne usluge. Nadalje, svaki operator koji ulazi na tržište ne mora sagraditi sopstvenu pristupnu mrežu da bi pružao usluge fizičkim i pravnim licima, već je u mogućnosti da koristi veleprodajne ponude drugih operatora, koji su to obavezan ponuditi svim operatorima koji djeluju na tržištu. Takođe, svaki operator će, nezavisno o tržišnom udjelu i vremenu 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 ovlaštenja, odnosno samo uz obavezu dostavljanja obavještenja Agenciji, najmanje 15 dana unaprijed, o početku, promjenama i završetku obavljanja djelatnosti elektronskih komunikacionih mreža i usluga.

Procedure i plaćanja za samo počinjanje pružanja elektronskih komunikacionih servisa su jednostavnije i jeftinije u odnosu na stari regulatorni okvir. Godišnje naknade koje se plaćaju na bazi pružanja servisa i korišćenja ograničenih servisa, shodno ZEK-u su, u principu, u granicama visine godišnje naknade iz starog regulatornog režima. Iako je važeći Zakon o elektronskim komunikacijama dao mogućnost da godišnja naknada za regulaciju i nadzor tržišta može ići do 1,5% godišnjih prihoda operatora u prethodnoj godini, Agencija na ime ove naknade, od dana stupanja na snagu Zakona, je obračunala iznos koji je značajno ispod zakonskog maksimuma.

Kako su su preuzeti koraci koji su minimizirali uticaj načina na koji je postavljena regulacija na nove operatore koji planiraju da uđu na tržište, konstatujemo da po ovom pitanju ne postoje snažne i trajne barijere.

S obzirom da postoje snažne i trajne barijere u dijelu Ograničenja i uslova povezanih uz upotrebu radiofrekvencijskog spektra Agencija je mišljenja da na tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz mobilnih javnih komunikacionih mreža postoje snažne i trajne barijere za ulazak na tržište pravne i regulatorne prirode.

S obzirom da na tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz mobilnih javnih komunikacionih mreža postoje snažne i trajne barijere za ulazak na tržište strukturne, pravne i regulatorne prirode, Agencija konstatuje da je na ovom tržištu ispunjen prvi kriterijum.

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

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

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

- tržišno učešće operatora;
- cjenovna kretanja;

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

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

Agencija je prilikom utvrđivanja drugog, dinamičkog kriterijuma u obzir uzela slijedeće:

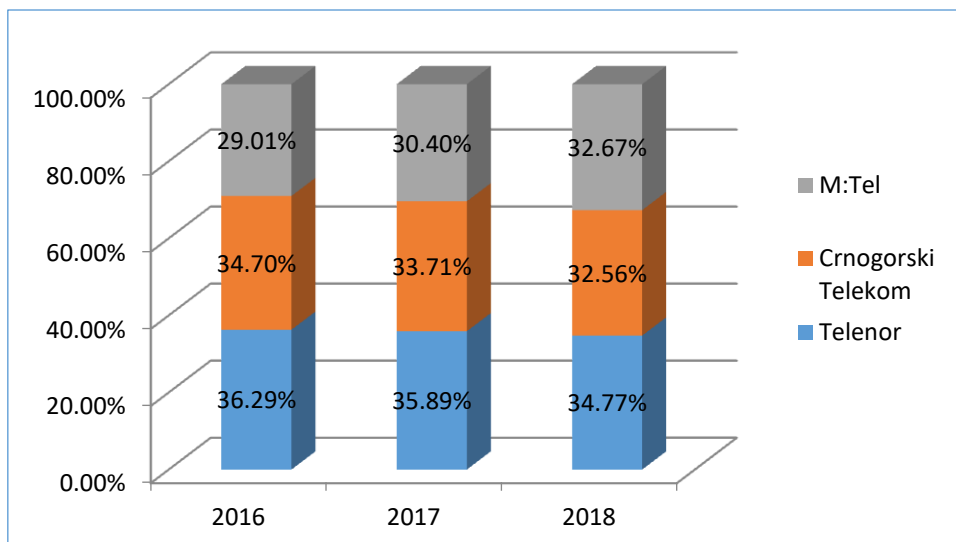
- a) Tržišna učešća operatora na tržištu mobilne telefonije;
- b) Cjenovna kretanja i
- c) Stepen diversifikacije proizvoda.

a) Tržišna učešća operatora

Prvi ekonomski (i kvalitativno i kvantitativno) kriterijum koji može poslužiti u svrhu ocjenjivanja da li tržište teži razvoju efikasne tržišne konkurencije je određivanje tržišnog učešća operatora na relevantnom tržištu i njegova stabilnost u određenom vremenskom periodu.

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

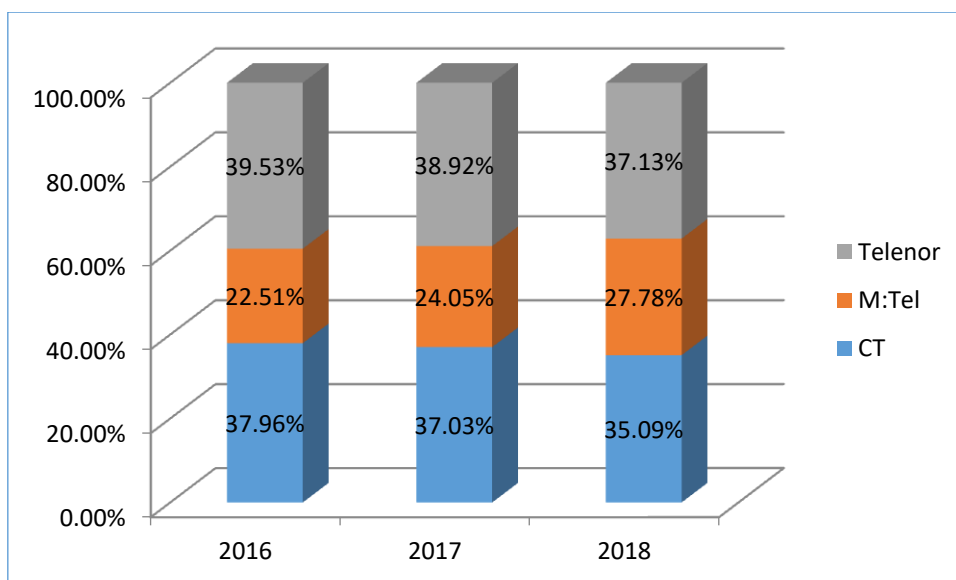
Učešće operatora na tržištu u odnosu na ukupan broj korisnika mobilne telefonije u posmatranom periodu se nije značajno mijenjalo, što je prikazano na narednom grafiku:



Grafik 1: Učešće operatora na tržištu u odnosu na ukupan broj korisnika mobilne telefonije

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

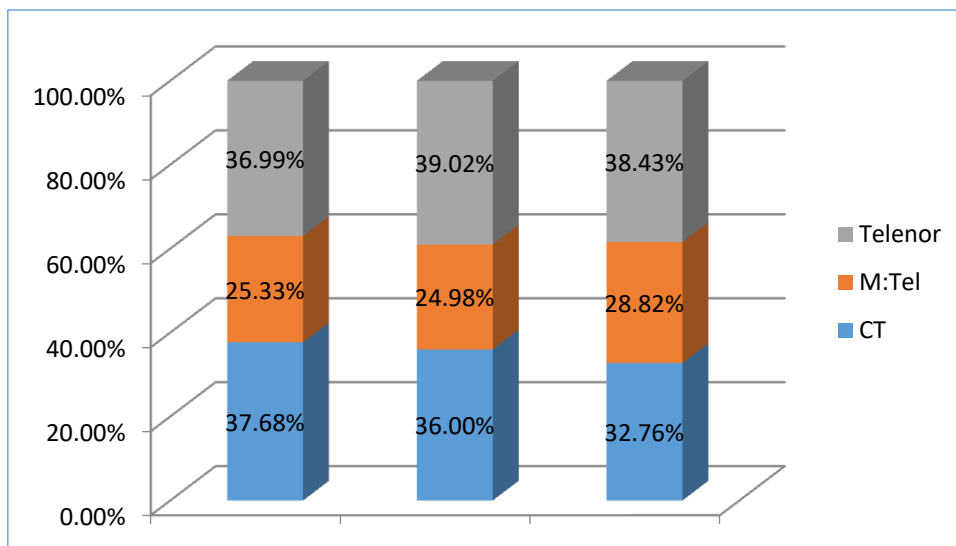
Kretanje tržišnih učešća operatora u ukupno ostvarenom saobraćaju tokom analiziranog perioda pokazuje stabilan trend, što potvrđuje naredni grafik:



Grafik 2: Učešće operatora na tržištu u odnosu na ukupan ostvareni saobraćaj

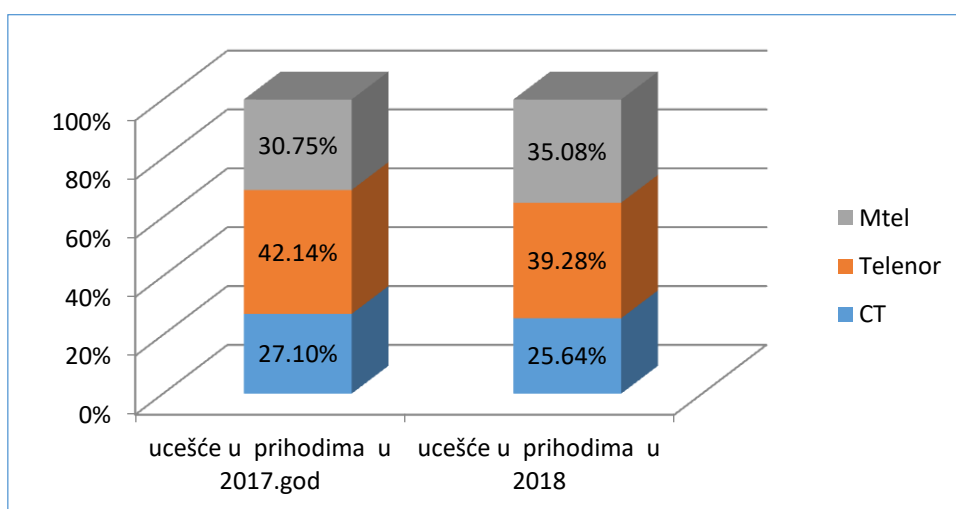
Da bi se procijenila tržišna učešća na nivou mreže, koristi se broj originiranih minuta iz sve tri mobilne mreže.

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



Grafik 3: Učešće operatora u ukupnom ostvarenom saobraćaju prema drugim mobilnim mrežama

Učešće operatora u ukupnom prihodu od mobilne telefonije u 2007. i 2018. godini predstavljeno je sledećim grafikom:



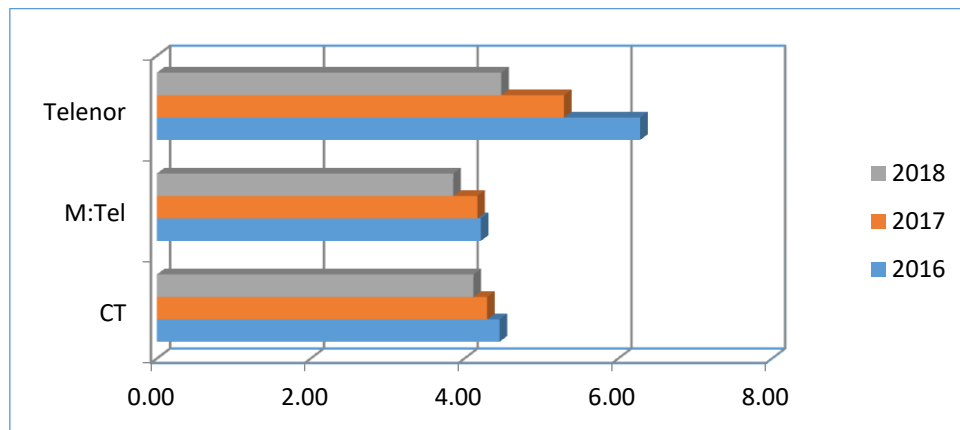
Grafik 4: Učešće operatora u ukupnom ukupnom prihodu od mobilne telefonije

Analogno sličnim tržišnim učešćima operatora u ukupnim prihodima od mobilne telefonije, i vrijednosti pokazatelja prosječnog prihoda od mobilne telefonije (ARPU) u 2018. godini su, takodje, na približnom nivou. Vrijednosti pokazatelja su 7,86 Eura, 8 Eura i 9,9 eura kod operatora Mtel, Crnogorski Telekom i Telenor respektivno.

Na bazi podataka prezentiranih u prethodnim graficima, očigledno je da tržišna učešća mobilnih operatora u ukupnom broju pretplatnika, ukupnom ostvarenom saobraćaju, u ukupnom odlaznom saobraćaju ka drugim mobilnim mrežama i u ukupnim prihodima od mobilne telefonije konvergiraju u posmatranom periodu.

Stabilnost tržišnih učešća između operatora je pokazatelj odsutnosti dinamičnosti u konkurentnim odnosima na predmetnom tržištu. Što je veća simetrija tržišnih učešća među operatorima, veća je vjerovatnoća usklađivanja njihovih komercijalnih interesa.

Kretanje vrijednosti pokazatelja odnosa nacionalnog saobraćaja unutar mreže (on net) i saobraćaja van mreže (off net) mobilnih operatora tokom perioda 2016.-2018. godine prikazano je sledećim grafikom:



Grafik 5: Vrijednosti racia on net i off net saobraćaja

Slične vrijednosti racia, tj. odnosa nacionalnog saobraćaja unutar mreže (on net) i saobraćaja van mreže (off net) upućuju na činjenicu da je saobraćaj operatora manje podložan uticaju medjusobne konkurencije. Svaki od operatora je u stanju održavati ujednačen racio, odnos on net i off net saobraćaja, što mu omogućava izvući veće koristi od mrežnih eksternalija koje stvara njegova korisnička baza. Dakle, korisničke baze operatora su manje izložene pritisku konkurencije.

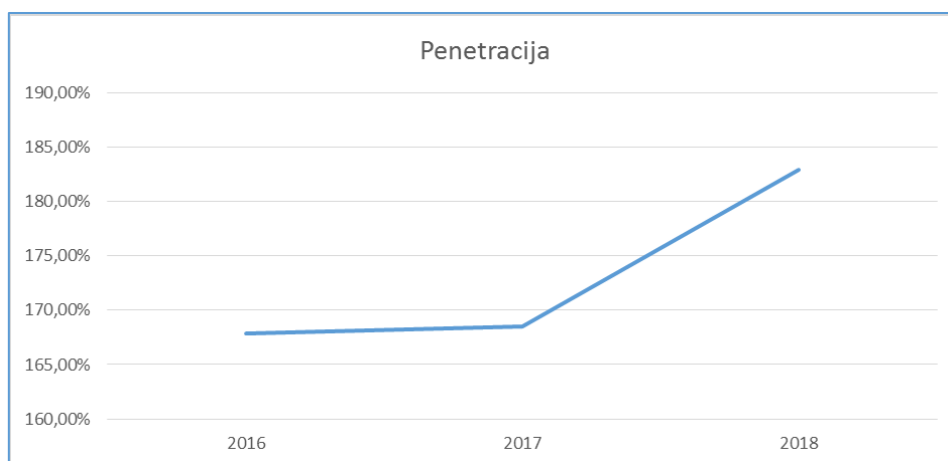
Da li operatori koji posluju u visoko koncentrisanoj industriji imaju neophodne ekonomske podsticaje da implicitno koordiniraju svoje ponašanje na tržištu zavisice od interakcije između više faktora, medju kojima su najznačajniji relativna zrelost tržišta i stepen simetrije tržišnih učešća.

Agencija je, takodje, analizirala dinamiku tržišta mobilne telefonije i analizom drugih indikatora kao što su stepen penetracije i broj prenesenih brojeva u mobilnoj telefoniji.

Stopa penetracije SIM kartica u posmatranom periodu je ostvarivala rast i na kraju 2018.godine je iznosila 182,96%.

Tabela 2: Kretanje stope penetracije u mobilnoj telefoniji:

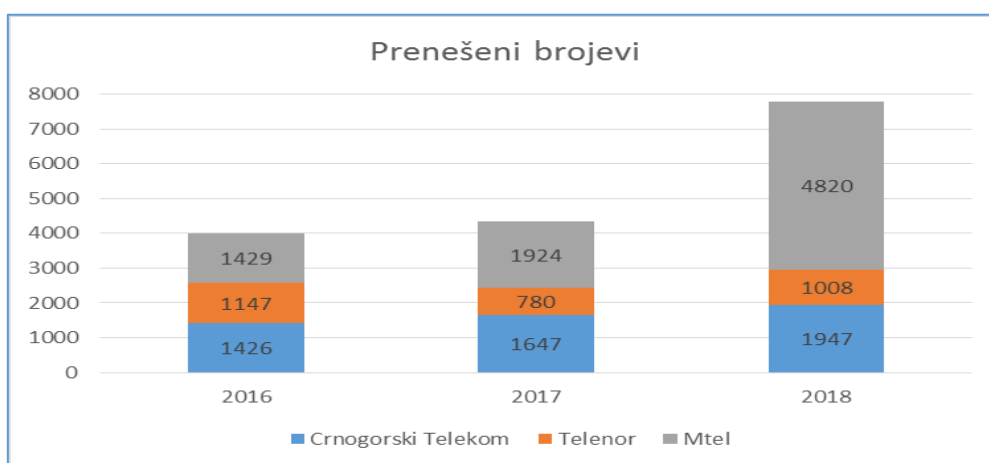
	2016.god	2017.god.	2018.god.
Penetracija	167,85%	168,49%	182,96%



Grafik 6: Kretanje stope penetracije mobilne telefonije

Na osnovu kontinuiranog rasta broja korisnika mobilnih mreža Agencija zaključuje da se rast tržišta nije zaustavio i pretpostavlja da će se ovaj trend nastaviti u budućem periodu. Penetracija mobilne telefonije u Crnoj Gori je izuzetno visoka i pokazuje stalan trend rasta.

Broj prenesenih broja u mobilnoj telefoniji, dat je na sledećem grafiku:



Grafik 7: Broj prenesenih brojeva u mobilnoj telefoniji

Na osnovu podataka o broju prenesenih brojeva u posmatranom periodu uočava se značajan porast broja onih korisnika druga dva mobilna operatora koji su prenijeli broj u mrežu Mtel-a, njih oko 62%. Medjutim, ako se posmatra učešće broja prenesenih brojeva u odnosu na ukupan broj korisnika i koje iznosi 0,7%, može se konstatovati da korisnici uglavnom percipiraju ponude usluga mobilnih operatora prilično sličnim u pogledu cijena i kvaliteta usluga.

b) Cjenovna kretanja

U ovom dijelu Testa, Agencija razmatra cjenovna kretanja koja će, takodje, rasvijetliti da li se tržište veleprodajnog mobilnog pristupa i originacije poziva kreće ka efikasnoj konkurenciji.

Tokom analiziranog perioda, svi operatori su povećavali maloprodajne cijene usluga koje su predmet analize ovog relevantnog tržišta. Cijene su povećavane i u prepaid i u postpaid tarifnim paketima kod sva tri operatora.

Slijedi uporedni pregled iznosa mjesečnih pretplata u analiziranim postpaid paketima mobilnih operatora u periodu 2016-2019.godine:

Tabela 3: Pregled cijena mjesečnih pretplata u postpaid paketima operatora

OPERATOR	Naziv postpaid tarifnog paketa	Iznos mjesečne pretplate (bez PDV-a) u 2016.god	Iznos mjesečne pretplate (bez PDV-a) u 2017.god	Iznos mjesečne pretplate (bez PDV-a) u 2018.god	Iznos mjesečne pretplate (bez PDV-a) u 2019.god
Crnogorski Telekom	Max1.0	8,32 €	8,32 €	8,32 €	9,88 €
	Max2.0	13,36 €	13,36 €	13,36 €	14,83 €
	Max3.0	17,56 €	17,56 €	17,56 €	18,97 €
	Max4.0	25,13 €	25,13 €	25,13 €	
	Max pro	46,97 €	46,97 €	46,97 €	47,89 €
	Start	4,96 €	4,96 €	4,96 €	4,96 €
MTEL	mtel surf 1	4,27 €	4,27 €	4,27 €	4,27 €
	mtel surf 2	6,84 €	6,84 €	6,84 €	6,84 €
	mtel surf 3	12,82 €	12,82 €	12,82 €	12,82 €
	mtel surf 5	21,37 €	21,37 €	21,37 €	21,37 €
	mtel surf 10	25,64 €	25,64 €	25,64 €	25,64 €
	Odaberi više 18.9	16,15 €	16,15 €	16,45 €	
	Odaberi više 28.9	24,71 €	24,71 €	24,71 €	
	Odaberi više 58.9	50,34 €	50,34 €	50,34 €	
Telenor	Odaberi više 38.9	32,69 €	32,69 €	32,98 €	32,98 €
	Prenesi I surfuj S	8,32 €	8,32 €	8,32 €	8,32 €
	Prenesi I surfuj M	12,52 €	12,52 €	12,52 €	12,52 €
	Prenesi I surfuj L	17,56 €	17,56 €	17,56 €	17,56 €
	Prenesi I surfuj XL	25,96 €	25,96 €	25,96 €	25,96 €
	Prenesi i dopuni	4,96 €	4,96 €	4,96 €	4,96 €
	Play + Solo	10,00 €	10,00 €	10,00 €	10,00 €
	Play + Duo	14,20 €	14,20 €	14,20 €	14,20 €
Play + Trio	20,92 €	20,92 €	20,92 €	20,92 €	

Crnogorski Telekom je u 2019. godini povećao iznose mjesečnih pretplata u svojim postpaid Max paketima (u rasponu od 1,9% do 18,75%). Mtel je tokom 2018. godine povećao cijenu pretplate paketa Odaberi više 18,9 za 1,82% a u 2019. godini cijenu pretplate paketa Odaberi više 38,9 za 0,9%. U posmatranom periodu Telenor je zadržao nepromijenjen nivo cijena mjesečnih pretplata u svojim postpaid paketima.

Slijedi uporedni pregled kretanja cijene on-net poziva u analiziranim postpaid paketima mobilnih operatora:

Tabela 4: Pregled cijena on net poziva u postpaid paketima operatora

OPERATOR	Naziv postpaid tarifnog paketa	On-net pozivi (€/min bez PDV) u 2016.god.	On-net pozivi (€/min bez PDV) u 2017.god.	On-net pozivi (€/min bez PDV) u 2018.god.	On-net pozivi (€/min bez PDV) u 2019.god.
Crnogorski Telekom	Max1.0	0,11	0,11	0,11	0,15
	Max2.0	0,11	0,11	0,11	0,15
	Max3.0	0,11	0,11	0,11	0,15
	Max4.0	0,11	0,11	0,11	
	Max pro	0,11	0,11	0,11	0,15
	Start	0,11	0,11	0,11	0,11
MTEL	mtel surf 1	0,07	0,07	0,13	0,13
	mtel surf 2	0,07	0,07	0,13	0,13
	mtel surf 3	0,07	0,07	0,13	0,13
	mtel surf 5	0,07	0,07	0,13	0,13
	mtel surf 10	0,07	0,07	0,13	0,13
	Odaberi više 18.9	0,11	0,11	0,13	
	Odaberi više 28.9	0,11	0,11	0,13	
	Odaberi više 58.9	0,11	0,11	0,13	
Telenor	Prenesi I surfuj S	0,11	0,11	0,11	0,11
	Prenesi I surfuj M	0,11	0,11	0,11	0,11
	Prenesi I surfuj L	0,11	0,11	0,11	0,11
	Prenesi I surfuj XL	0,11	0,11	0,11	0,11
	Prenesi i dopuni	0,1092/0,1345	0,1092/0,1345	0,1092/0,1345	0,1092/0,1345
	Play + Solo	0,11	0,11	0,11	0,11
	Play + Duo	0,11	0,11	0,11	0,11
	Play + Trio		0,11	0,11	0,11

Crnogorski Telekom i Mtel su u relevantnom periodu značajno uvećali cijene za on- net pozive u analiziranim postpaid paketima. Najznačajnije povećanje cijene on net poziva od 36,26% Crnogorski Telekom je primijenio početkom 2019. godine kod Max postpaid paketa, a Mtel od 74,35 % u Mtel surf paketima i od 15,60 % u Odaberi više postpaid paketima. Telenor, kao i u slučaju cijene mjesečne pretplate za postpaid pakete, cijene on-net poziva nije povećavao u analiziranom periodu.

Komparativna analiza kretanja cijena u periodu 2016-2019.godine uradjena je i u slučaju cijena SIM kartice i on-net poziva kod analiziranih prepaid paketa mobilnih operatora.

Tabela 5: Pregled cijena SIM kartica i on net poziva u prepaid paketima operatora

OPERATOR	Naziv tarifnog paketa (PRE-PAID)	Cijena SIM kartice (u € bez PDV) u 2016. god.	Cijena SIM kartice (u € bez PDV) u 2017. god.	Cijena SIM kartice (u € bez PDV) u 2018. god.	Cijena SIM kartice (u € bez PDV) u 2019. god.	Cijena On-net poziva (u €/min bez PDV) u 2016.god	Cijena On-net poziva (u €/min bez PDV) u 2017.god	Cijena On-net poziva (u €/min bez PDV) u 2018.god	Cijena On-net poziva (u €/min bez PDV) u 2019.god
Crnogorski Telekom	Mono	2,52	2,52	2,48	2,48	0,1218	0,1218	0,1218	0,1652
	Volim	2,52	2,52	4,13	4,13	0,1218	0,1218	0,1218	0,1652
	Telekom Prepaid	2,52	2,52	4,13	4,13	0,1218	0,1218	0,1218	0,1652
MTEL	M:go turist	3,00	4,20 €	4,20 €	4,20 €	0,1193	0,1852	0,1852	0,1852
	Hello NET	4,20 €	4,20 €	4,20	4,20 €	0,1025	0,1852	0,1852	0,1852
Telenor	Start	4,20		2,48	2,48	0,1026	0,1026	0,1026	0,1652
	Sve u 1	2,52	2,52	4,13		0,1252	0,1252	0,1252	
	Telenor prepaid 2017			4,13	4,13	0,1508	0,1508	0,1508	0,1652
	DJUICE 1 EURO	0,84	0,84	2,48	2,48	0,0855/ 0,1026	0,0855/ 0,1026	0,0855/ 0,1026	0,1239

Crnogorski Telekom je početkom 2018.godine povećao cijenu SIM kartice Prepaid paketa Volim i Telekom prepaid, a cijene on net poziva u pomenutim paketima je povećao za 35,63% početkom 2019. godine.

Mtel je početkom 2017. godine za 40% uvećao cijenu SIM kartice a cijenu on net poziva za 55,24% u prepaid paketu M:go turist. Iste godine je za 80,68% uvećao cijenu on net poziva u okviru prepaid paketa Hello NET.

Telenor je početkom 2018. godine uvećao za 63,9% cijenu SIM kartice prepaid paketa Sve u 1. Nadalje, početkom 2019. godine cijenu on net poziva je uvećao za 9,55% u paketu Telenor prepaid 2017, kao i cijenu on net poziva za 44,9% i cijenu off net poziva za 20,76% u prepaid paketu DJUICE 1 EURO.

Činjenica da su operatori primijenili povećanje cijena usluge mjesečne pretplate i cijene originacije poziva, odnosno on-net i off-net poziva, ukazuje na činjenicu da ne osjećaju konkurentski pritisak od drugih mobilnih operatora, niti bojazan da će se korisnici, kao rezultat povećanja cijena preorijentisati na tarifne pakete i predmetne usluge drugih operatora. Agencija je konstatovala da ni usluga prenosivosti brojeva nije dala željene efekte, jer nije imala za rezultat značajno migriranje korisnika.

Dinamika cijena na maloprodajnom tržištu može ukazati na to u kojoj mjeri postoji konkurencija na tržištu. U izolovanim uslovima, kad se apstrahuju drugi tržišni uticaji, sam trend povećanja cijena ukazuje na smanjenje konkurencije na maloprodajnom tržištu. Drugim riječima, tržište mora manifestovati efikasnost u korist kupaca jer se inače konkurencija ne može smatrati djelotvornom i postići željene rezultate. Primijenjeni pristup u

cjenovnoj politici operatora ukazuje da predmetno relevantno tržište ne teži efikasnoj konkurenciji.

c) stepen diversifikacije proizvoda

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

S tim u vezi, napravljena je komparacija cijena mjesečne pretplate (bez uključenog mobilnog uređaja) postpaid paketa kod sva tri operatora. Razmatrane su dvije karakteristične usluge u okviru paketa.

Telenor u Play2 paketu nudi 2GB interneta i 150 min ka svim mrežama po cijeni od 10,99. Mtel , takodje, nudi 2GB interneta i 150 min u svom postpaid paketu Urban S po cijeni od 12,90 €, dok Crnogorski Telekom nudi sličan paket Max 2.0 sa 2GB i 200 min po cijeni od 16,17 €.

Nadalje, Telenor u Play 4 paketu nudi 4GB i 300 min ka svim mrežama po cijeni od 18,99 €, dok Mtel i Crnogorski Telekom nude 4GB i 200 minuta u svojim paketima Urban M i Max 2.1, po cijenama 15,90€ i 16,90€ respektivno.

Slične cijene za isti obim dvije karakteristične usluge u cjenovnim šemama operatora dokazuju, takodje, sličnu cjenovnu politiku.

Na kraju analiziranog perioda mobilni operatori su uglavnom izjednačili cijene poziva unutar mreže sa cijenom poziva ka drugim fiksnim i mobilnim mrežama u Crnoj Gori.

Crnogorski Telekom u većini postpaid paketa ima jedinstvenu cijenu poziva od 0,1490 €/min za pozive unutar mreže , kao i prema drugim fiksnim i mobilnim mrežama.

U slučaju Smart paketa , Smart plus paketa i Max paketa cijena unutar mreže i ka drugim mrežama je niža i iznosi 0,1322€/min.

Telenor primjenjuje cijenu unutar mreže i ka svim ostalim mrežama u Crnoj Gori od 0,1590€/min u sledećim postpaid paketima: Play 2, Play 4, Play 200, kao i Totaln4, Total 8, Total 16 i Total 100. Cijena u nacionalnom saobraćaju je niža u postpaid paketima sa uslugom interneta i iznosi 0, 1322 €/min. U pitanju su paketi: Internet 5GB, Internet 50 GB, Internet 75 GB, Internet 125 GB i Internet 250 GB, kao Surf 2, Surf 5, Surf 15, Surf 30 i Surf 50.

Mtel u svojim postpaid paketima primjenjuje jedinstvenu cijenu u nacionalnom saobraćaju od 0, 152€/min. Riječ je sledećim paketima: Urban paketi (S,M,L), Odaberi više (18,9;28,9;38,9;58,9 i 78,9), Senior Plus, Mtel surf (1;2;3;5 i 10). Samo u paketima Surf Elastik i Super Surf Elastik cijena u svojoj i ka svim drugim mrežama cijena je niža i iznosi 0,139€/min.

Uočavamo jednu zakonitost kod kreiranja cjenovne strukture. Struktura je pojednostavljena u smislu utvrđivanja jedinstvene cijene za ostvarene pozive u nacionalnom saobraćaju. Sva tri operatora imaju skoro približne cijene od cca 0,15€/ min u većini svojih postpaid paketa. Također, sva tri operatora imaju jedan određen broj paketa sa cijenom koja je za cca 0, 02 /min niža od gore navedene cijene. Konstatujemo veoma izraženu sličnost kod postpaid paketa operatora kada su u pitanju cijene odlaznih poziva koje su najznačajniji pokazatelj kretanja cijene usluge koja je maloprodajni segment ovog relevantnog tržišta.

Razmatranjem i ovog podkriterijuma zaključujemo da predmetno relevantno tržište ne teži efikasnoj konkurenciji.

Shodno navedenom, Agencija smatra da tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz mobilnih javnih komunikacionih mreža ne teži razvoju efikasne tržišne konkurencije, te da je ispunjen i drugi kriterijum Testa.

4.3 Treći kriterijum: primjena propisa kojima se uređuje zaštita konkurencije ne obezbjeđuje efikasno otklanjanje nedostataka na tržištu.

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

4.3.1 Step en opšteg nekonkurentnog ponašanja

Propisi o zaštiti konkurencije mogli bi se smatrati dovoljnim za otklanjanje nedostataka na tržištu u slučaju da ne postoji velika i učestala potreba za djelovanjem 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 daljnjeg postupanja operatora kojem je utvrđena zloupotreba statusa značajne tržišne snage na relevantnom tržištu, određivanja mjera, uslova i rokova za otklanjanje štetnih efekata, moglo bi se smatrati da propisi o zaštiti konkurencije nijesu dovoljni za otklanjanje nedostataka koji postoje na tržištu.

4.3.2 Step en kompleksnosti otklanjanja nekonkurentnog ponašanja

Određivanje stepena nekonkurentnog ponašanja od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom je zbog svoje složenosti djelotvornije ukoliko se situacija na tržištu kontinuirano prati. Instrumentima ex ante regulacije može se blagovremeno otkriti i spriječiti pokušaj prenošenja značajne tržišne snage sa jednog na drugo relevantno tržište od strane operatora

sa značajnom tržišnom snagom i na taj način izbjeći negativne posledice, što je otežano ex post regulacijom.

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

4.3.3 Nekonkurentsko ponašanje može dovesti do nepopravljive štete na relevantnom tržištu

Na tržištu se mogu dogoditi situacije u kojima je pravovremena intervencija neophodna kako bi se spriječile ozbiljne ili nepopravljive štete koje mogu biti nanešene konkurenciji od strane operatora sa značajnom tržišnom snagom. U navedenim slučajevima odnosno u situacijama u kojima je nužna brza intervencija od strane regulatorne institucije, propisi o zaštiti konkurencije, odnosno ex-post regulacija, ne bi bili dovoljni, već je u navedenim slučajevima potrebna ex ante regulacija.

Primjena mjera ex ante regulacije doprinosi razvoju konkurencije na tržištu kroz podsticanje efikasnosti ulaganja kod infrastrukture čiji obim nije lako udvostručiti.

4.3.4 Potreba za regulatornom intervencijom kako bi se dugoročno osigurao razvoj efikasne konkurencije na tržištu

U nekim slučajevima primjena propisa o zaštiti konkurencije, odnosno ex-post regulacija može stvoriti određene probleme u podsticanju razvoja efikasne tržišne konkurencije u budućem razdoblju. Konkretno, u slučajevima u kojima je moguće udvostručiti infrastrukturu, odnosno u slučajevima u kojima je potrebno promovisati razvoj infrastrukturne konkurencije, primjena ex ante regulacije mogla bi se dugoročno smatrati efikasnijom od primjene samo ex post regulacije, odnosno od primjene propisa iz oblasti zaštite konkurencije. Naime, promovisanje razvoja infrastrukturne konkurencije zahtjeva unaprijed definisanje svih ključnih uslova, što propisima o zaštiti konkurencije nije moguće. Nadalje, kod trećeg kriterijuma nije bitno uzeti u obzir samo činjenicu o tome jesu li propisi o zaštiti konkurencije dovoljni da se ex post regulacijom riješi potencijalni problem koji se javio na tržištu, već je potrebno u obzir uzeti i činjenicu u kojem razdoblju, u slučaju da se pojavi određeni problem, propisi o zaštiti konkurencije mogu isti riješiti. Agencija smatra da bi propisi o zaštiti konkurencije bili dovoljni da ex post regulacijom riješe potencijalni problem koji se dogodio na tržištu, međutim, smatra da isti u ovom trenutku nisu u mogućnosti dovoljno brzo riješiti potencijalni problem, gdje je pravovremena intervencija neophodna. Dakle, naknadno sankcionisanje zloupotreba statusa značajne tržišne snage shodno Zakonu o zaštiti konkurencije moglo bi se pokazati kao neblagovremeno za zadržavanje postojećeg stepena liberalizacije i uslova tržišne konkurencije. Izmjenama i dopunama Zakona o zaštiti konkurencije od 30. jula 2012.godine. godine predviđeno je da Agencija za zaštitu

konkurencije preduzima mjere prema učesnicima i udruženjima učesnika za učinjene povrede konkurencije na tržištu ili preduzima mjere radi sprječavanja nastanka ili prestanka povrede i otklanjanja štetnih posljedica po učesnike i potrošače.

Naime, u članu 59 Zakona o zaštiti konkurencije (Sl.list Crne Gore, br.44/12) propisano je da, ako nadležni organ preko ovlašćenog lica, utvrdi da je zloupotrijebljen dominantan položaj Rješenjem o utvrđivanju povrede konkurencije može da naloži mjere za otklanjanje utvrđene povrede konkurencije, odnosno sprječavanje njenog nastanka ili slične povrede i preduzimanje određene radnje ili zabranu preduzimanja određene radnje (mjere ponašanja).

Nadalje, Zakon o zaštiti konkurencije jasno propisuje postupak koji treba sprovesti da bi se moglo donijeti konačno rješenje. Iz prethodno opisanog postupka jasno je da propisi o zaštiti konkurencije ne omogućavaju brzo rješavanje problema na relevantnom veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža.

4.3.5 Zaključak o trećem kriterijumu

Na osnovu svih činjenica iznešenih u trećem kriterijumu, Agencija zaključuje da za veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža, propisi o zaštiti konkurencije odnosno ex post regulacija ne omogućavaju na odgovarajući način otklanjanje nedostataka na tržištu.

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

4.4 Zaključak Agencije da li je relevantno tržište podložno ex ante regulaciji

Prema mišljenju Agencije, a kako je i dokazano u prethodnim poglavljima ovog dokumenta, relevantno veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža je podložno ex ante regulaciji i to iz razloga što su kumulativno zadovoljena sva tri kriterijuma shodno članu 65 ZEK-a.

5. 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.

U skladu sa članom 67 stav 1 ZEK-a operator ima značajnu tržišnu snagu, ako samostalno ili zajedno sa drugim operatorima na određenom relevantnom tržištu ima ekonomski uticaj koji mu omogućava značajan stepen nezavisnosti u odnosu na njegove konkurente i korisnike.

Nadalje, ako dva ili više operatora djeluju u tržišnoj strukturi za koju se procijeni da omogućava koordinirane aktivnosti, smatraće se, shodno članu 67.stav 2, kao operatori u kolektivnoj dominaciji u pogledu ekonomskog uticaja iz stava 1 ovog člana i u odsustvu strukturnih ili drugih veza među njima.

Prilikom procjenjivanja značajne tržišne snage dva ili više operatora iz člana 67 stav 2 zakona Agencija shodno članu 68 stav 2 primjenjuje neke od sljedećih kriterijuma:

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

Agencija se, u svrhu procjene postojanja značajne tržišne snage dva ili više operatora operatora, rukovodi Smjernicama Evropske komisije o relevantnim tržištima i mjerodavnom pravnom praksom Evropske unije iz oblasti tržišne konkurencije.

Važeće Smjernice Evropske komisije o postupku sprovođenja analiza relevantnih tržišta u skladu sa evropskim regulatornim okvirom za elektronske komunikacione mreže i usluge a koje su usvojene 2018. godine (Guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the EU regulatory framework for electronic communications networks and services, 2018/C 159/01) u Poglavlju 3 detaljno razradjuju kriterijume kod procjenjivanja statusa zajedničke tržišne snage ili oligopola i potkrepljuje relevantnim odlukama i pravnom praksom Evropskog suda.

Prema važećim Smjernicama Evropske komisije o analizi relevantnih tržišta definicija statusa zajedničke dominacije u pravu konkurencije je obezbijedjena praksom Suda pravde Evropske unije i vremenom je evoluirala. Koncept zajedničke tržišne snage se izvodi iz iste osnove ili definicije. Zajedničku tržišnu snagu mogu imati nekoliko operatora koji su pravno i ekonomski nezavisna, pod uslovom da se predstavljaju ili djeluju zajedno na određenom tržištu kao kolektivni entitet. U predmetu Gencor Evropski sud je ispitao odgovarajuća tržišna obilježja koja mogu dovesti do odnosa međuzavisnosti, što im omogućava da anticipiraju međusobne aktivnosti. Kao što je jasno navedeno u predmetu o slučaju Airtours, postojanje formalnih sporazuma ili drugih pravnih akata nije neophodan uslov za utvrđivanje pozicije zajedničke tržišne snage.

Nadalje, kolektivna dominacija ili tržišna snaga postoji kada svaki član oligopola svjestan zajedničkih interesa smatra da je moguće, ekonomski racionalno i, stoga, poželjnije usvojiti na trajnoj osnovi zajedničku politiku tržišnog ponašanja s ciljem pružanja usluga po konkurentnim cijenama, bez potrebe za sklapanjem sporazuma i bez mogućnosti stvarnih ili potencijalnih konkurenata i kupaca, da efikasno reaguju.

Evropski sud pravde je u predmetu Impala II potvrdio identifikaciju uslova u kojima je vjerovatno da će se pojaviti prećutna koordinacija ili dosluh (*eng. tacit collusion*). Prema Sudu pravde, takvo prećutno dogovaranje je vjerovatnije ako konkurenti lako mogu doći do zajedničke percepcije o tome kako bi koordinacija trebala funkcionisati, a posebno parametara koji im predstavljaju zajedničku tačku (*eng. focal point*) u pogledu koordinacije. Istovremeno, predmetom Impala II se ukazala potreba da se izbjegne mehanički pristup koji uključuje posebnu verifikaciju svakog kriterijuma pojedinačno, pri čemu se ne uzima u obzir ukupni ekonomski mehanizam hipotetičke prećutne koordinacije. Tržišne karakteristike se moraju procjenjivati u odnosu na taj mehanizam hipotetičke koordinacije.

Dokument BEREC- o pitanjima analize i regulacije oligopola (BEREC Report on oligopoly analysis and regulation, BoR (15) 195, December 2015) sadrži opis karakteristika različitih tipova oligopola. Postoje tri vrste oligopolskih tržišta koja služe kao postavka za analizu oligopola, a razlikuju se prema prisustvu koordinisanog ili nekoordinisanog ponašanje članova oligopola. Prvu kategoriju čine oligopoli koji se mogu smatrati efikasno konkurentnim ako konkurentski pritisak među operatorima dovede do efikasnog tržišnog rezultata u smislu ukupne koristi za korisnike, tj. dinamičke efikasnosti. Takav tržišni ishod ne izaziva probleme za konkurenciju. Drugu kategoriju predstavlja tzv. čvrsta oligopolistička konkurencija (*eng. tight oligopoly*) koja se uspostavlja bez prećutnog ili formalnog dogovora i prikazuje tržište na kojem operatori deluju samostalno i ne koordiniraju svoje tržišno ponašanje, ali zbog tržišnih karakteristika takvo tržište pokazuje neefikasan tržišni rezultat i odsustvo konkurentne prakse. Za razliku od dva gore pomenuta tržišta, oligopol uz prećutni ili formalni dogovor je rezultat koordiniranog ponašanja operatora na tom tržištu. Postoje određene tržišne karakteristike koje čine takav oligopol podložnim primjeni prećutnih dogovora, poput ponovljenih interakcija između firmi, prepreka ulasku i sl.

U Izvještaju je konstatovano da su u novije vrijeme prisutni trendovi u razvoju sektora elektronskih komunikacija i to: trend tehnološke konvergencije, trend koncentracija i trend snaženja ologopolističkih tržišnih struktura, što sve potvrđuje neophodnost ex ante regulacije kojom bi se ublažila ili spriječila antikonkurentna praksa koja je rezultat prisustva oligopola.

Kod procenjivanja statusa zajedničke dominacije ili tržišne snage većina nacionalnih regulatornih tijela i organa za zaštitu konkurencije primjenjuju kriterijume Airtours-a koji se odnose na dokazivanje prisustva tzv. čvrstih oligopola (*eng. tight oligopoly*), koji mogu prouzrokovati neefikasne tržišne rezultate bez ikakve eksplicitne saradnje ili prećutnog dogovora primjerenog ili pretpostavljenog među članovima oligopola. U takvom okruženju, operatori jednostrano usvajaju ponašanje koje spriječava razvoj konkurencije. Oni se obično kreiraju kada tržište ima jednu ili više sledećih karakteristika: (1) visoka tržišna koncentracija, (2) velike barijere za ulazak i odsustvo novih učesnika, (3) nedostatak kompenzacione kupovne moći, (4) ograničenje kapaciteta, (6) niska cjenovna elastičnost i niska unakrsna elastičnost tražnje i sl.

S obzirom da je u Izvještaju BEREC-a istaknuto da su upravo kriterijumi navedeni u odluci Evropskog suda o Airtours slučaju korišćeni od strane većine evropskih regulatora kod utvrđivanja statusa zajedničke tržišne snage, Agencija je iste koristila u analizi ovog relevantnog tržišta.

5.1 Fokus koordinacije (eng. focal point)

Prvi korak u postupku utvrđivanja statusa zajedničke tržišne snage i mogućnost prećutnog dogovora u oligopolističkom tržištu, prema presudi u slučaju Airtoursa je identifikacija zajedničkog fokusa koordinacije (*eng. focal point*). Da bi aktivnosti u pogledu zajedničkog fokusa koordinacije bile stabilne na dugi rok trebao bi postojati vjerodostojan mehanizam za kažnjavanje ukoliko dodje do odstupanja u ponašanju od strane jednog člana oligopola.

U tom smislu, zajednički fokus koordinacije može biti identifikovan ili na maloprodajnom ili veleprodajnom nivou, a mehanizam za kažnjavanje se može odvijati unutar funkcionalno povezanih veleprodajnih i nizvodnih maloprodajnih tržišta, kao i sa povezanim maloprodajnim tržištima.

U većini analiza evropskih regulatora kao fokus koordinacije identifikovane su potencijalne aktivnosti na uskraćivanju ili odbijanju pristupa. Naime, operatori čiji je segment poslovanja predmet analize imaju suštinski identičan ekonomski uticaj u odnosu na konkurente, imaju relativno simetrična tržišna učešća, pa samim tim i jasan motiv da primjenjuju koordinirane aktivnosti na tržištu odbijanjem zaključivanja ugovora o pristupu operatorima koji zavise od njihove infrastrukture i time zadrže postojeći status.

Prema tome, fokus koordinacije odražava parametar koji je važan u smislu konkurencije. Uskraćivanje pristupa je najčešće razmatran fokus koordinacije jer operatori su često , umjesto da prodaju svoje slobodne kapacitete i frekvencije, pribjegavali uskraćivanju pristupa svojim veleprodajnim inputima.

5.2 Niska elastičnost tražnje

Nizak nivo elastičnosti tražnje bi značio da potrošači nijesu osjetljivi na promjene cijena. Ovo može biti zbog sopstvenih preferencija potrošača ili zbog nedostatka adekvatne zamjene. Na veleprodajnom nivou ne postoji elastičnost tražnje jer je tražnja interna. Kako ne postoje operatori koji imaju pristup servisima drugih operatora zato promjene u cijeni pristupa i usluga nemaju uticaja zato što je promjena određena interno. Zbog nedostatka elastičnosti tražnje stvoreni su uslovi za zajedničku koordinaciju operatora.

5.3 Simetrične pozicije operatora

Da bi operatori mogli postići zajedničko razumijevanje, bez eksplicitnih ili formalnih dogovora o zajedničkim koordiniranim aktivnostima, neophodno je da su pozicije operatora na tržištu dovoljno simetrične. Naime, prema ovom kriterijumu, što je prisutan veći stepen simetrije na tržištu, veća je mogućnost da će doći do zajedničkog razumijevanja i koordiniranih aktivnosti. Faktori koji doprinose simetriji pozicija operatora na tržištu su: slična tržišna učešća, slične troškovne strukture, vertikalna integracija i homogenost proizvoda. Ovi elementi simetrije su samo faktori u uspostavljanju dogovora, i ne moraju biti kumulativno ispunjeni.

5.3.1 Tržišna učešća

Tržišno učešće 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.

Ako su tržišna učešća pojedinih operatora dovoljno asimetrična, nije verovatno da će imati slične podsticaje i lako postići zajedničko razumevanje. Tržišni udeli mogu se mjeriti samo na nizvodnom tržištu, tj. maloprodajnom tržištu usluga mobilne telefonije.

U okviru ovog kriterijuma Agencija je analizirala tržišno učešće operatora po broju korisnika, ostvarenom saobraćaju i prihodima.

Tabela broj 1: Pregled tržišnog učešća prema broju korisnika:

Operator	2016	2017	2018
Crnogorski Telekom	34,70%	33,71%	32,56%
Telenor	36,29%	35,89%	34,77%
Mtel	29,01%	30,40%	32,67%

Tabela broj 2: Pregled tržišnog učešća prema obimu saobraćaja:

Operator	2016	2017	2018
Crnogorski Telekom	37,96%	36,81%	35,09%
Telenor	39,53%	38,91%	37,13%
Mtel	22,51%	24,28%	27,78%

Tabela broj 3: Pregled tržišnog učešća prema visini poslovnih prihoda:

Operator	2016	2017	2018
Crnogorski Telekom	42,69%	38,86%	38,03%
Telenor	31,98%	28,85%	28,29%
Mtel	25,33%	32,29%	33,68%

Analiza tržišnih učešća potvrđuje visok stepen simetrije među operatorima.

Izvršena je i analiza koncentracije tržišta. Opšte prihvaćena mjera tržišne koncentracije je Herfindal –Hiršmanov index (HHI). On se izračunava tako što se tržišni udio svakog učesnika na tržištu digne na kvadrat i to se sabere. Ovaj index uzima u obzir relativnu veličinu i raspodjelu udjela firmi na tržištu i teži nuli kada se tržište sastoji od velikog broja subjekata slične veličine. Ovaj index se povećava kako broj firmi na tržištu se smanjuje i kada se disparitet u veličini tih subjekata povećava. Na tržištima na kojima je HHI između 1000 i 1800 smatra se da je to tržište umjereno koncentrisano, a tržišta kod kojih je ovaj index viši od 1800 smatra se da je to tržište visoko koncentrisao.

Imajući u vidu podatke o tržišnom učešću operatora prema broju korisnika, može se izračunati da za 2016 godinu HHI iznosi 3759, za 2017. godinu 3348, dok je HHI za 2018. godinu iznosio 3336. Ovo znači da je tržište visoko koncentrisano u cijelom periodu analize.

Agencija smatra da visoka koncentracija podstiče koordiniranu praksu sva tri operatora. Osim toga, zbog ovakve raspodjele na tržištu svi operatori bi imali prilično istovjetne koristi od koordinirane prakse.

5.3.2 Sličnost troškovnih struktura

Struktura troškova je obično važna odrednica konkurentskih strategija operatora. Ako su prisutne velike razlike u troškovnim strukturama operatora, to može rezultirati i razlikama u podsticajima koji bi otežali postizanje dogovora u pogledu ključnih pitanja tj. fokusa koordinacije. Fiksni troškovi u sektoru elektronskih komunikacija su generalno veoma visoki, dok varijabilni troškovi imaju tendenciju da budu prilično niski. Varijabilni troškovi su posebno važni u određivanju cijene. Međutim, imajući u vidu da manje učešće

varijabilnih troškova u ukupnim troškovima, pa samim tim i jediničnoj cijeni proizvoda ili usluge, malo je vjerovatno da će razlike u varijabilnim troškovima operatora dovesti do značajnih razlika u podsticajima za sprovođenje koordiniranih aktivnosti operatora. U slučaju mobilnih operatora U crnoj Gori može se konstatovati da nema značajnih razlika u troškovnim strukturama operatora, jer svi operatori imaju sličnu ifrastrukturu, pokrivenost teritorije signalom, visoko učešće nepovratnih (*eng.sunk cost*) troškova i relativno nisko učešće varijabilnih troškova. Podsticaji operatora koji opredjeljuju da li da primjenjuju koordinirane aktivnosti ne zavise od nivoa troškova operatora u apsolutnim pokazateljima, već od relativnog odnosa u strukturi ukupnih troškova.

5.3.3 Homogenost proizvoda

Proizvodi ili usluge koje nude operatori trebaju biti dovoljno homogeni kako bi bili u fokusu koordiniranih aktivnosti. Naime, veoma heterogena proizvodi mogu dovesti do odstupanja od podsticaja za sprovođenje koordiniranih aktivnosti ili do problema u pronalaženju fokusa koordinacije koji bi bio u interesu svih operatora.

Svi operatori nude iste set usluga u sličnim kombinacijama u okviru pre-paid i post-paid paketa. Razmatrane su dvije karakteristične usluge u okviru paketa.

Telenor u Play2 paketu nudi 2GB interneta i 150 min ka svim mrežama po cijeni od 10,99. Mtel , takodje, nudi 2GB interneta i 150 min u svom postpaid paketu Urban S po cijeni od 12,90 €, dok Crnogorski Telekom nudi sličan paket Max 2.0 sa 2GB i 200 min po cijeni od 16,17 €.

Nadalje, Telenor u Play 4 paketu nudi 4GB i 300 min ka svim mrežama po cijeni od 18,99 €, dok Mtel i Crnogorski Telekom nude 4GB i 200 minuta u svojim paketima Urban M i Max 2.1, po cijenama 15,90€ i 16,90€ respektivno.

Slične cijene za isti obim dvije karakteristične usluge u cjenovnim šemama operatora dokazuju, takodje, sličnu cjenovnu politiku.

Na kraju analiziranog perioda mobilni operatori su uglavnom izjednačili cijene poziva unutar mreže sa cijenom poziva ka drugim fiksnim i mobilnim mrežama u Crnoj Gori. Dakle, struktura je pojednostavljena u smislu utvrđivanja jedinstvene cijene za ostvarene pozive u nacionalnom saobraćaju. Sva tri operatora imaju skoro približne cijene od cca 0,15€/min u većini svojih postpaid paketa. Takodje, sva tri operatora imaju jedan odredjen broj paketa sa cijenom koja je za cca 0, 02 /min niža od gore navedene cijene. Konstatujemo veoma izraženu sličnost kod postpaid paketa operatora kada su u pitanju cijene odlaznih poziva koje su najznačajniji pokazatelj kretanja cijene usluge koja je maloprodajni segment ovog relevantnog tržišta.

5.4 Visoke pravne ili ekonomske barijere za ulazak na tržište

Tržišta za pružanje usluga elektronskih komunikacija imaju velike prepreke za ulazak, posebno ekonomske prirode, jer je uvođenje mreže, u nedostatku ugovora o veleprodajnom pristupu, skupo i dugotrajno, ali i prepreke koje se odnose na ograničenja i uslove vezane za korišćenje radiofrekventnog spektra. Postojanje ovih barijera na tržištu utiče na nivo potencijalne konkurencije.

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 uložених 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 do krajnjih korisnika, novi operator mora ili sam graditi pristupnu infrastrukturu do krajnjih korisnika ili koristiti pristupnu infrastrukturu drugog operatora. Znači, investiranje u izgradnju mobilne mreže je veliko, a to prati i nemogućnost brzog povraćaja investicije. Pored svega toga, novi potencijalni operator će početi da se takmiči na zrelom tržištu što će mu veoma otežati da privuče korisnike jer ih mora preuzeti od postojećih operatora. U slučaju ulaska virtuelnog operatora ove barijere su manje iz razloga što ne bi imao potrebu da razvija mrežu. Malo je vjerovatno da će mogućnost pristupa svojoj mreži biti ponuđena drugim operatorima ukoliko to ne bude predmet regulacije.

Takodje, Agencija je mišljenja da na tržištu u ovom trenutku postoje barijere za ulazak na tržište novog operatora, a koje su povezane sa upotrebom radio-frekvencijskog spektra, s obzirom da ne postoji mogućnost dodjele radio-frekvencija iz opsega koji se tradicionalno koriste za 2G i 3G mreže, dok raspoloživi resursi za 4G i 5G mreže pružaju ograničenu mogućnost širokog pokrivanja. Sa aspekta raspoloživosti RF resursa, ulazak novog mobilnog operatora na bazi 5G mreže u punom kapacitetu je moguć tek nakon 2022. godine, kada se očekuje oslobađanje opsega 700 MHz za MFCN sisteme u susjednim državama.

5.5 Nedostatak kompenzacione kupovne moći

Kompenzaciona kupovna moć postoji kada veliki kupci imaju mogućnost u razumnom vremenskom roku da imaju neku alternativu poslije povećanja cijena ili uslova pod kojima se nudi neka usluga od strane hipotetičkog monopoliste. Agencija smatra da ne postoji kompenzaciona moć na ovom tržištu iz razloga što operatori ovu uslugu nude samo sebi. Zbog toga što nikome ne nude ovu uslugu oni nemaju nikakvih ograničenja od strane velikih kupaca.

Agencija smatra da na maloprodajnom tržištu veliki potrošači mogu imati kompenzacionu kupovnu moć. Nivo kompenzacione moći se ogleda u činjenici da mobilni operatori ne publikuju cijene za velike biznis korisnike, ali se za te korisnike tarifni planovi dogovaraju od slučaja do slučaja. Kako god, Agencija nema dokaza da bilo koji od velikih potrošača ili grupa potrošača ima kupovnu moć da ograniči njihovo koordinirano ponašanje. Agencija smatra da nedostatak kompenzacione kupovne moći na veleprodajnom i maloprodajnom tržištu olakšava koordinirano ponašanje operatora.

5.6 Zaključak o procjeni postojanja operatora sa značajnom tržišnom snagom

Na osnovu ove analize Agencija procjenjuje da ova tržišna struktura omogućava koordinirane aktivnosti i zaključuje da na ovom tržištu operatori Telenor doo Podgorica, Crnogorski Telekom AD Podgorica i MTel doo Podgorica imaju zajedničku značajnu tržišnu snagu.

6. PREPREKE U RAZVOJU TRŽIŠNE KONKURENCIJE

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

Prepreke razvoju tržišne konkurencije mogu proizaći iz sposobnosti ili namjere operatora da na tržištu iskoristi svoje visoko tržišno učešće. U skladu sa definicijom tržišta i na osnovu procjene efikasnosti tržišne konkurencije te određivanja operatora sa značajnom tržišnom snagom, uzimajući u obzir kriterijume kojima se dokazalo postojanje značajne tržišne snage, Agencija smatra kako su, u odsustvu regulacije, na veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža moguće prepreke razvoju tržišne konkurencije koje se odnose na vertikalno prenošenje značajne tržišne snage. Prema dokumentu ERG-a (06) 33 postoje tri strategije vertikalnog prenošenja značajne tržišne snage:

- odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa,
- prenošenje značajne tržišne snage na osnovama koje nisu povezane s cijenama,
- prenošenje značajne tržišne snage na osnovama vezanim uz cijene.

Agencija je podijelila prepreke razvoju tržišne konkurencije na relevantnom tržištu koje se odnose na vertikalno prenošenje značajne tržišne snage shodno gore navedenoj podjeli, te je sve prepreke, za koje smatra da su moguće u odsustvu regulacije, u nastavku posebno obradila.

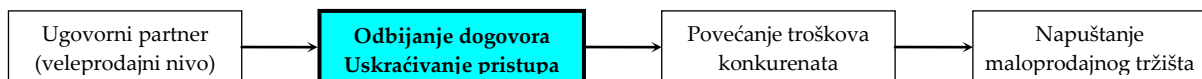
Agencija smatra kako postoje dvije vrste prepreka razvoju tržišne konkurencije: prepreke razvoju tržišne konkurencije koje su se već dogodile u praksi na tržištima definisanim Zakonom o elektronskim komunikacijama i prepreke razvoju tržišne konkurencije koje bi se, na relevantnom tržištu obrađenom ovim dokumentom, u odsustvu regulacije, mogle dogoditi, odnosno prepreke koje bi se mogle pojaviti u slučaju da Agencija ne reguliše tržište na kojem postoje operatori sa značajnom tržišnom snagom. Prilikom određivanja regulatornih obaveza, a u skladu s dokumentom ERG-a (06) , Agencija nije pravila razliku između gore navedenih prepreka te je u skladu s time i određivala regulatorne obaveze. Drugim riječima, za određivanje regulatornih obaveza nije bitno je li se određena prepreka dogodila u praksi ili je Agencija predvidjela mogućnost pojavljivanja određene prepreke u budućnosti.

6.1 Odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa

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

dijelu dokumenta u kojem se obrađuje značajna tržišna snaga, pri određivanju značajne tržišne snage, kao i prepreka razvoju tržišne konkurencije, važno je definisati izvor značajne tržišne snage. Na tržištu koje je predmet ovog dokumenta izvor značajne tržišne snage sva tri operatora je njihova razvijena mreža, odnosno pristup velikom broju krajnjih korisnika. Operator sa značajnom tržišnom snagom na određenom veleprodajnom tržištu može prenijeti svoju tržišnu snagu na maloprodajni nivo na način da odbije dogovor ili uskrati pristup operatorima koji na maloprodajnom nivou konkurišu njegovim maloprodajnim dijelom ili povezanim društvima. Takvo ponašanje posebno predstavlja prepreke razvoju tržišne konkurencije u slučajevima kada operator sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom nivou pruža uslugu koja je neophodna drugim operatorima pri pružanju usluge na povezanom maloprodajnom tržištu. Agencija smatra da bi, u odsustvu regulacije, sva tri operatora kao operatora sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža mogla imati, u svrhu prenošenja svoje tržišne snage na maloprodajni nivo, snažan podsticaj za odbijanje zahtjeva za pregovore i uskraćivanje veleprodajnih usluga koje su dio ovog relevantnog tržišta, kao i s njima povezanih sadržaja, na osnovu kojih bi ostali operatori mogli ponuditi usluge na maloprodajnom nivou, a što bi dovelo do otežanog daljeg razvoja efikasne tržišne konkurencije na maloprodajnom tržištu. Dakle, kako je Agencija utvrdila da su u Crnoj Gori sva tri operatora koja su zastupljena na ovom tržištu operatori sa značajnom tržišnom snagom te da su vertikalno integrisani operatori, Agencija smatra da bi sva tri operatora, u odsustvu regulacije, imalo interes da operatorima ne ponudi predmetne veleprodajne usluge pod razumnim uslovima, koje bi ostali operatori mogli svojim korisnicima ponuditi odgovarajuću maloprodajnu uslugu, kao što su: javno dostupna telefonska usluga, usluga prenosa podataka, usluga širokopojasnog pristupa internetu i dr. Odbijanje pristupa utiče na ulazak operatora na pripadajuće maloprodajno tržište ako je veleprodajna usluga neophodna za pružanje maloprodajne usluge te u tom slučaju dovodi ili do sprečavanja ulaska ili do povećanja troškova postojećih i potencijalnih operatora budući da predmetnu uslugu na neki način moraju sami pružati (preskakanje stepenica u ljestvici ulaganja) te posljedično do njihovog izlaska s tržišta. Dakle, u ovom slučaju, odbijanje pristupa utiče na ulazak operatora na maloprodajno tržište. Gore navedenim postupcima sva tri operatora bi mogla prenijeti svoju značajnu tržišnu snagu s veleprodajnog tržišta obrađenog ovim dokumentom na povezana maloprodajna tržišta.

Odbijanje dogovora / uskraćivanje pristupa



6.2 Prenošnje značajne tržišne snage na osnovama nevezanim za cijene

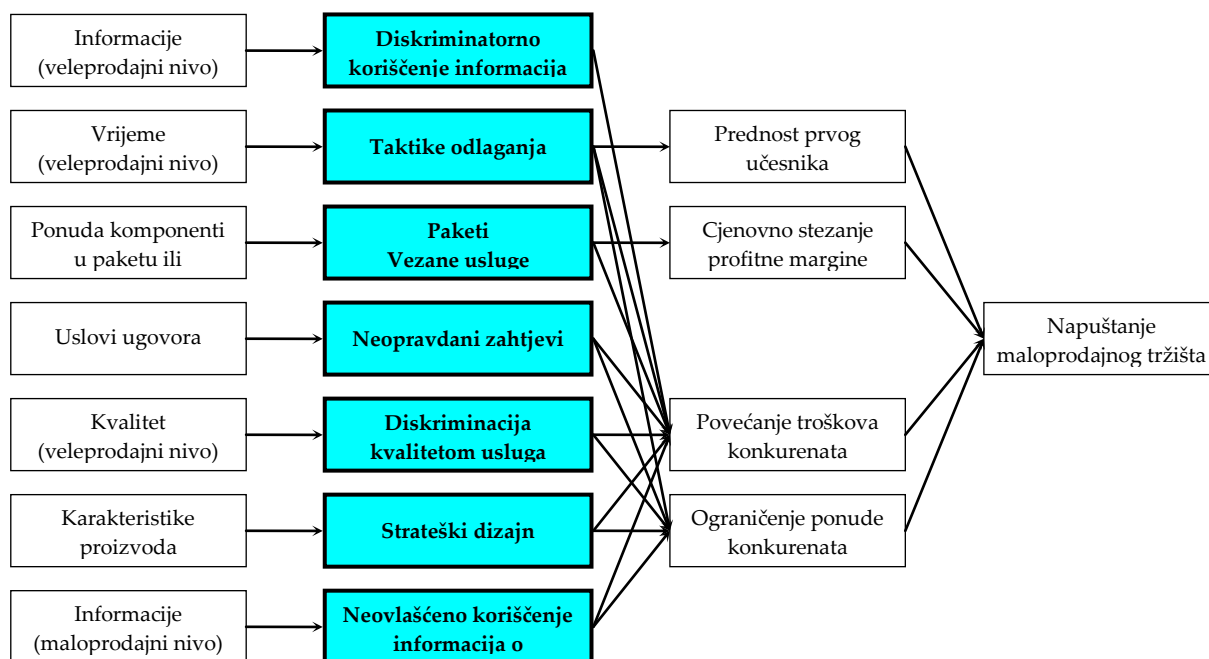
Kad se govori o prenošenju značajne tržišne snage na osnovama koje nisu povezane s cijenama, Agencija smatra kako bi sva tri operatora, u odsustvu regulacije, mogla postupati prema drugim postojećim i potencijalnim operatorima na nekoliko načina kako bi pokušala

zadržati značajnu tržišnu snagu koju imaju na određenom tržištu te na taj način stvarati prepreke razvoju tržišne konkurencije. Tu se prvenstveno misli na diskriminirano korišćenje informacija ili uskraćivanje informacija, taktike odgađanja, neopravdane zahtjeve, neopravdano korišćenje informacija o konkurentima, diskriminaciju kvalitetom usluge te na razne oblike diskriminacije nevezane za cijene. Diskriminirano korišćenje informacija ili uskraćivanje informacija predstavlja situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom tržištu svome maloprodajnom dijelu pruža informacije važne za pružanje usluga na maloprodajnom tržištu ili povezanim društvima, a iste ne pruža operatorima koji koriste ili namjeravaju koristiti veleprodajnu uslugu operatora sa značajnom tržišnom snagom, a na osnovu koje na maloprodajnom tržištu pružaju/ ili žele pružati usluge konkurentne uslugama koje pruža njegov maloprodajni dio, odnosno povezana društva. Isto tako, navedena se prepreka odnosi na situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom odbija pružati i neke druge informacije važne za korišćenje veleprodajne usluge. Takvim ponašanjem, operator sa značajnom tržišnom snagom prenosi svoj dominantni položaj na maloprodajni nivo, na način da dovodi operatore korisnike veleprodajne usluge u nepovoljan položaj u odnosu na sopstveni maloprodajni dio, odnosno povezana društva. Agencija smatra da bi sva tri operatora, kao operatora sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža u odsustvu regulacije, operatorima koji koriste ili namjeravaju koristiti veleprodajne usluge koje su dio ovog relevantnog tržišta, mogao uskraćivati važne informacije, na način da istima ne bi pružao jednako detaljne informacije kao i svom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima, i/ili potrebne informacije ne bi pružao u vremenu u kojem bi operator korisnik navedene veleprodajne usluge mogao reagovati na povezanom maloprodajnom nivou i konkurisati njegovom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima koji raspolažu potrebnom informacijom. Uzevši u obzir ulaganja u mreže nove generacije prilikom čega dolazi do otvaranja novih pristupnih tačaka, Agencija smatra kako bi sva tri operatora mogla, u odsustvu regulacije, svojim postojećim i potencijalnim konkurentima uskratiti detaljne i pravovremene informacije o planiranim promjenama u mreži, što bi negativno uticalo na poslovne planove i ulaganja tih operatora, s obzirom da ne bi mogli pravovremeno ocijeniti uticaj takvih promjena i razmotriti različite mogućnosti ulaganja u sopstvenu mrežu, te pravovremeno reagovati na maloprodajnom nivou. Naime, u slučaju promjena u topologiji mreže, doći će i do određenih promjena i u pružanju usluge pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža te bi sva tri operatora, ukoliko ne bi imala odgovarajuću obavezu, mogli uskratiti informacije o planiranim promjenama u mreži/topologiji mreže svojim postojećim i potencijalnim konkurentima. Na taj način, sva tri operatora bi mogla iskoristiti prednosti prvog ulaska, te dovesti sopstveni maloprodajni dio i povezana društva u povoljniji položaj na povezanom maloprodajnom tržištu od postojećih i potencijalnih konkurenata, odnosno prenijeti svoju značajnu tržišnu snagu na povezano maloprodajno tržište, a što za posljedicu ima jačanje tržišnog položaja sva tri operatora te nepovoljan uticaj na efikasnu tržišnu konkurenciju na maloprodajnom nivou. Taktike odgađanja se odnose na situacije u kojima operator sa značajnom tržišnom snagom ne odbija pružanje pripadajuće veleprodajne usluge, ali istu pruža sa zakašnjenjem u odnosu na svoj maloprodajni dio (sopstvene potrebe) ili povezana društva, te na taj način dovodi postojeće i potencijalne konkurente u neravnotežan položaj na vertikalno povezanom maloprodajnom 46 tržištu budući da im je ta veleprodajna usluga, uzevši u obzir potrebe krajnjih korisnika, neophodna za pružanje usluga istima. Agencija smatra da bi sva tri operatora, kao operatori sa značajnom tržišnom

snagom na veleprodajnim tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža, te ujedno i vertikalno integrisani operatori, u odsustvu regulacije, mogli imati interes pružati veleprodajne usluge postojećim i potencijalnim konkurentima na povezanom maloprodajnom tržištu u rokovima dužim od onih u kojima te iste usluge pruža sopstvenom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima. Neopravdani zahtjevi se odnose na sve uslove koji se odnose na pružanje određene veleprodajne usluge, a koji nisu neophodni za pružanje iste. Takvi zahtjevi neopravdano povećavaju troškove i oduzimaju vrijeme postojećim i potencijalnim konkurentima koji koriste navedenu veleprodajnu uslugu kako bi pružali usluge na povezanom maloprodajnom tržištu, a gdje konkurišu s maloprodajnim dijelom ili povezanim društvima operatora sa značajnom tržišnom snagom. Agencija smatra kako bi sva tri operatora, u odsustvu regulacije, mogli koristiti razne oblike neopravdanih zahtjeva kojima bi mogli uticati na poslovne odluke i troškove postojećih i potencijalnih konkurenata. Agencija smatra da bi sva tri operatora bila u mogućnosti, kao operatori sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža i vertikalno integrisani operatori, u odsustvu regulacije, operatorima koji koriste ili namjeravaju koristiti veleprodajne usluge koje su dio ovog relevantnog tržišta nametnuti razne oblike neopravdanih instrumenata osiguranja plaćanja, s obzirom na uslove i iznos, te bi mogli neopravdano podsticati korišćenje skupljih tehnologija i opreme za pružanje veleprodajne usluge, sve u svrhu povećanja troškova postojećih i potencijalnih konkurenata, a što bi dovelo do prenošenja značajne tržišne snage sva tri operatora na povezano maloprodajno tržište. Isto tako, sva tri operatora bi mogla tražiti informacije potrebne za pružanje veleprodajne usluge (npr. informacije o ciljanim krajnjim korisnicima) iznad nivoa koji je potreban, odnosno ekonomski i tehnički opravdan pri pružanju veleprodajne usluge. Takve informacije o krajnjim korisnicima, sva tri operatora bi mogla iskoristiti kako bi za tog istog krajnjeg korisnika mogao kreirati uslugu koja bi odgovarala tom krajnjem korisniku s ciljem pridobivanja istog, a što bi opet dovelo do prenošenja značajne tržišne snage i jačanja njihovog tržišnog položaja na povezanom maloprodajnom nivou. U slučaju neopravdanog korišćenja informacija o konkurentima riječ je o postupcima operatora sa značajnom tržišnom snagom u kojima koriste podatke koje mu u okviru pružanja veleprodajnih usluga daju postojeći ili potencijalni konkurenti na veleprodajnom i maloprodajnom nivou i korišćenju istih kako bi se povećali troškovi konkurenata ili smanjila zarada na vertikalno povezanom veleprodajnom i maloprodajnom tržištu. U odsustvu regulacije, sva tri operatora bi mogla zatražiti određene informacije od potencijalnih i sadašnjih konkurenata iz kojih bi se vrlo lako mogli prepoznati planovi konkurenata na maloprodajnom tržištu ili bar segment (geografski) maloprodajnog tržišta na kojem isti planiraju konkurisati njima. U navedenom slučaju bi sva tri operaotra mogla koristiti informacije svojih konkurenata za potrebe svog maloprodajnog dijela (sopstvene potrebe) ili potrebe povezanih društava i to na način da pripremi posebne uslove za pojedine krajnje korisnike kako bi ih motivisao da ne promijene operatora ili da se vrate njima, a što bi moglo dovesti do smanjenja maloprodajnih prihoda konkurenata, na način da krajnji korisnici odustanu od prelaska, ili do povećanja troškova konkurenata (npr. dodatni marketinški troškovi za privlačenje korisnika). Tako bi sva tri operatora mogla ostvariti prednosti pred ostalim konkurentima prenošenjem značajne tržišne snage na veleprodajnom tržištu na pripadajuće maloprodajno tržište, što bi moglo dovesti do povećanja troškova ostalih operatora, problema u poslovanju i vjerovatnog izlaska s tržišta. Dalje, jedna od mogućih prepreka tržišnoj konkurenciji je i diskriminacija kvalitetom usluge koja se ogleda u mogućnosti operatora sa značajnom tržišnom snagom da

utiče na povećanje troškova postojećih ili potencijalnih konkurenata ili smanjivanje zarade na maloprodajnom nivou na način da ih dovede u neravnopravan položaj kvalitetom pružanja usluge. Diskriminacijom kvalitetom veleprodajne usluge operator sa značajnom tržišnom snagom ima direktan uticaj na kvalitet usluge koja se pruža krajnjem korisniku, a budući da je korisnik posebno osjetljiv na parametre kvaliteta usluge, takvo postupanje dovodi do nezadovoljstva i gubitka povjerenja krajnjih korisnika u operatora koji im nudi uslugu. Dalje, kvalitet usluge je važan činilac pri optimizaciji i racionalizaciji troškova operatora. Agencija smatra da bi, u odsustvu regulacije, sva tri operatora mogla vršiti diskriminaciju ostalih operatora kvalitetom veleprodajne usluge i to na način da iste nudi s parametrima kvaliteta lošijim od usluge koju nudi svome maloprodajnom dijelu (sopstvene potrebe) ili povezanim društvima. Isto tako sva tri operatora bi mogla uticati na uklanjanje mogućih kvarova pri pružanju relevantnih veleprodajnih usluga i povezanih sadržaja (duži rokovi otklona kvara). Na navedeni način bi moglo doći do situacije u kojoj postojeći ili potencijalni konkurent gubi povjerenje krajnjih korisnika, a što može rezultirati prestankom korišćenja usluge operatora od strane krajnjih korisnika, a time i nižim dobitima operatora na maloprodajnom tržištu. Navedenim postupanjem, sva tri operatora bi mogla prenijeti svoju značajnu tržišnu snagu te jačati svoj tržišni položaj na vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu, a što bi dovelo do neefikasne tržišne konkurencije na štetu krajnjih korisnika. Takvo postupanje dovodi do sljedećih posljedica. Naime, postojeći ili potencijalni konkurenti gube povjerenje krajnjih korisnika, a što može rezultirati prestankom korišćenja usluge operatora od strane krajnjih korisnika, a time i nižim zaradama operatora na maloprodajnom tržištu. Shodno navedenim, sva tri operatora bi mogla prenijeti svoju značajnu tržišnu snagu te jačati svoj tržišni položaj na vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu, a što bi dovelo do neefikasne tržišne konkurencije nauštrb krajnjih korisnika. Još jedna prepreka tržišnoj konkurenciji odnosi se na situaciju u kojoj bi operator sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom tržištu pružao informacije važne za pružanje usluga na maloprodajnom tržištu svome maloprodajnom dijelu (sopstvene potrebe) ili povezanim društvima, a iste ne bi pružao operatorima koji koriste ili namjeravaju koristiti veleprodajnu uslugu operatora sa značajnom tržišnom snagom na osnovu koje na maloprodajnom tržištu pružaju ili žele pružati usluge konkurentne uslugama koje pruža njegov maloprodajni dio, odnosno povezana društva. Isto tako, navedena se prepreka odnosi na situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom odbija pružati i neke druge informacije važne za korišćenje veleprodajne usluge. Takvim ponašanjem, operator sa značajnom tržišnom snagom prenosi svoj 48 dominantan položaj na maloprodajni nivo, na način da dovodi operatore korisnike veleprodajne usluge u nepovoljan položaj u odnosu na sopstveni maloprodajni dio, odnosno povezana društva. Agencija smatra da bi sva tri operatora, kao operatora sa značajnom tržišnom snagom i vertikalno integrisani operatori, u odsustvu regulacije, operatorima koji koriste ili namjeravaju koristiti veleprodajne usluge koje su dio ovog relevantnog tržišta, mogao uskraćivati važne informacije, na način da istima ne bi pružao jednako detaljne informacije kao i svom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima, i/ili potrebne informacije ne bi pružao u vremenu u kojem bi operator korisnik navedene veleprodajne usluge mogao reagovati na povezanom maloprodajnom tržištu i konkurisati njegovom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima koji raspolažu potrebnom informacijom.

Necjenovni aspekti

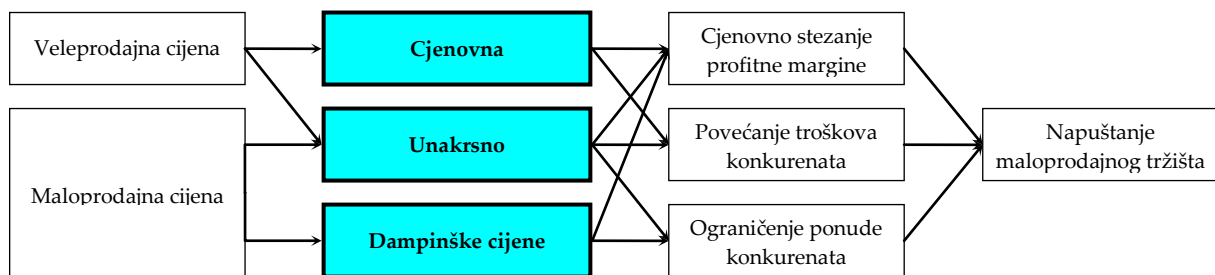


6.3 Prenošnje značajne tržišne snage na osnovama vezanim za cijene

Agencija je kao moguće prepreke tržišnoj konkurenciji koje predstavljaju prenošenje značajne tržišne snage na osnovama vezanim za cijene prepoznala diskriminaciju na cjenovnoj osnovi, unakrsno subvencioniranje i neopravdan način obračuna usluge. Diskriminacija na cjenovnoj osnovi odnosi se na situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom nudi veleprodajnu uslugu neophodnu za pružanje određenih maloprodajnih usluga po različitim cijenama svom maloprodajnom dijelu (sopstvene potrebe) i povezanim društvima u odnosu na postojeće i potencijalne konkurente na povezanom maloprodajnom tržištu. Agencija smatra da bi sva tri operatora, kao operatora sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnim tržištima i vertikalno integrisani operatori, u odsustvu regulacije na tržištu utvrđenim ovim dokumentom, mogao primjenom diskriminacije na osnovi cijena nuditi veleprodajne usluge operatorima s kojima konkuriše na povezanom maloprodajnom tržištu po cijenama višim od onih po kojima tu istu uslugu pruža svom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima. Takvim ponašanjem, sva tri operatora bi mogla uticati na poslovne rezultate ostalih operatora koji koriste navedenu veleprodajnu uslugu kako bi na povezanom maloprodajnom tržištu pružali usluge. U odsustvu regulacije, sva tri operatora bi mogla za svoj maloprodajni dio i povezana društva odrediti cijene veleprodajnih usluga koje bi se razlikovale od cijena usluga koje bi naplaćivao postojećim i potencijalnim operatorima s kojima konkuriše na vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu. U navedenom slučaju, sva tri operatora bi mogla iskoristiti svoju značajnu tržišnu snagu i putem diskriminacije na cjenovnoj osnovi, odnosno visoko postavljenim veleprodajnim cijenama, uticati na povećanje troškova drugih operatora što bi dovelo do istiskivanja cijenama (eng. price squeeze), a dugoročno gledano, do neefikasne tržišne konkurencije i izlaska tih operatora s tržišta.

Unakrsno subvencioniranje odnosi se na situaciju u kojoj postoje dva različita tržišta i dvije različite cijene na navedenim tržištima. U odsustvu regulacije, operator sa značajnom tržišnom snagom može na tržištu na kojem ima navedeni status naplaćivati cijenu iznad troška kako bi na povezanom maloprodajnom tržištu mogao pružiti cijenu ispod troškova što bi dovelo do 49 istiskivanja cijena i na taj način prenijeti značajnu tržišnu snagu s veleprodajnog tržišta na povezano maloprodajno tržište. Agencija smatra da bi sva tri operatora, kao operatora sa značajnom tržišnom snagom i vertikalno integrirani operatori, u odsustvu regulacije, mogla nuditi veleprodajnu uslugu iznad troška te na taj način povisiti troškove operatora koji koriste navedenu uslugu, a u isto vrijeme, na maloprodajnom nivou, nuditi usluge po cijenama koje su ispod troška. Takvo postupanje sva tri operatora dovelo bi do istiskivanja cijena te bi natjeralo operatore koji koriste veleprodajne usluge koje su dio ovog relevantnog tržišta u svrhu pružanja usluga na povezanom maloprodajnom nivou, da trpe gubitke, a što bi ih na kraju natjeralo da napuste tržište. S druge strane, sva tri operatora bi bila u mogućnosti prenijeti značajnu tržišnu snagu s veleprodajnog tržišta na povezano maloprodajno tržište i jačati svoj tržišni položaj, a što bi imalo negativne efekte na efikasnu tržišnu konkurenciju.

Cjenovni aspekti



7. POČJENA EFEKATA IMPLEMENTACIJE RANIJE PROPISANIH REGULATORNIH OBAVEZA

7.1 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 malopordajnom tržištu.

7.2 Važeće regulatorne obaveze

Usluga originacije govornih poziva je elektronska komunikaciona usluga preko koje krajnji korisnik drugog operatora koji se nalazi u oblasti pokrivenosti signalom mobilne mreže operatora sa značajnom tržišnom snagom može da uspostavi govorni poziv sa prenosivog terminalnog uređaja povezanog na krajnju tačku mobilne mreže operatora.

Nakon sprovedene analize relevantnog Veleprodajnog tržišta pristupa i originacije poziva iz mobilnih mreža, Agencija je rješenjima propisala Crnogorskom Telekom-u, Telenor-u i Mtel-u, kao operatorima sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu i

regulatorne obaveze računovodstvenog odvajanja, nadzora cijena i troškovnog računovodstva.

Regulacija cijena usluga originacije poziva u mobilnim mrežama sprovedena je u sljedećim koracima:

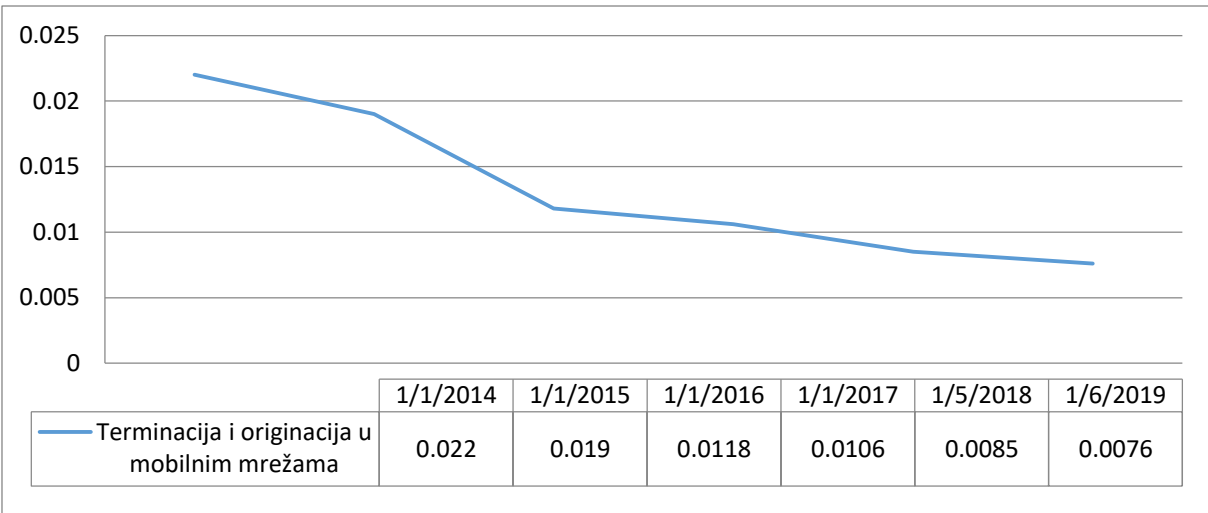
Nakon verifikacije rezultata troškovnih modela za mobilne mreže za 2012. godinu Agencija je rješenjem naložila mobilnim operatorima obavezu usklađivanja cijena originacije poziva sa rezultatima troškovnog modela onog operatora koji je imao najveće jedinične cijene pružanja ovih usluga. Drugim riječima, svi operatori su bili u obavezi da u svojim Referentnim interkonekcionim ponudama i Referentnim ponudama za pristup primijene cijene originacije poziva u mobilnim mrežama u iznosu od 0.022 €/min.

Po usvajanju regulatornih finansijskih izvještaja operatora za 2013. godinu Agencija je nametnula svim mobilnim operatorima obavezu uklađivanja cijena relevantnih veleprodajnih usluga sa rezultatima troškovnog modela, tj. smanjenje cijene veleprodajnih usluga originacije poziva u mobilnim mrežama za 13.64%

Nakon verifikacije rezultata modela za mobilne mreže Crnogorskog Telekom-a, Telenor-a i Mtel-a za 2014.godinu, Agencija je obavezala mobilne operatore da od 01.01.2016. godine smanje cijene usluga originacije poziva u mobilnim mrežama za 38%.

Agencija je nakon donošenja Odluke o prihvatanju sprovedenih aktivnosti Crnogorskog Telekom-a, Telenor, Mtel-a na Projektu računovodstvenog odvajanja i troškovnog računovodstva po CCA/LRIC metodologiji za mobilnu mrežu za 2016. godinu kao i Rješenja o snižavanju cijena od 13.03.2018. godine naložila Crnogorskom Telekomu, Telenoru i Mtel-u da na relevantnom Veleprodajnom tržištu započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih mreža, primijene cijene usluga originacije poziva iz mobilne mreže od 0.0085€/min.

Agencija je nakon donošenja Odluke o prihvatanju sprovedenih aktivnosti Crnogorskog Telekom-a, Telenor, Mtel-a na Projektu računovodstvenog odvajanja i troškovnog računovodstva po CCA/LRIC metodologiji za mobilnu mrežu za 2017. godinu kao i Rješenja o snižavanju cijena od 07.05.2019.godine naložila Crnogorskom Telekomu, Telenoru i Mtel-u da na relevantnom Veleprodajnom tržištu započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih mreža, primijene cijene usluge originacije poziva iz mobilne mreže od 0.0076€/min.



8. ODREĐIVANJE OBAVEZA OPERATORU SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM

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

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

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

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

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

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

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

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

8.1 Pristup elementima mreže i njihovo korišćenje

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

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

U slučaju postojanja prepreka razvoju tržišne konkurencije koje se odnose na odbijanje zaključivanja ugovora o interkonekciji i pristupu i postojanja velikih razlika u pregovaračkoj moći operatora, gdje operatori zavise od infrastrukture drugog za pružanje maloprodajnih usluga, potrebno je da Agencija postavi okvire, odnosno odredi odgovarajuće regulatorne obaveze, kako bi se onemogućilo uskraćivanje pristupa i interkonekcije ili bilo koje drugo neprihvatljivo uslovljavanje.

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

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

omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja. Sva tri operatora su obavezna da:

- 1) u dobroj namjeri pregovaraju sa operatorima o zahtjevima operatorskog pristupa;
- 2) omogući pristup posebnim djelovima mreže i/ili opreme koji nijesu aktivni i/ili da obezbijedi pristup lokalnoj petlji, radi omogućavanja izbora i/ili predizbora operatora i/ili ponuda za preprodaju pretplatničkih linija;
- 3) obezbijedi određene usluge na veleprodajnoj osnovi, zbog preprodaje tih usluga na maloprodajnom tržištu;
- 4) ne uskrati prethodno ostvareni pristup;
- 5) odobri otvoreni pristup tehničkim interfejsima, protokolima ili drugim tehnologijama i mogućnostima koje su neophodne za interoperabilnost usluga ili mreža, uključujući i virtualne mreže
- 6) obezbijedi pristup sistemima za podršku ili sličnim sistemima, koji su potrebni za obezbjeđivanje lojalne konkurencije prilikom vršenja usluga.

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

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

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

Operator mora u dobroj namjeri pregovarati sa operatorima o zahtjevima operatora koji žele pristup. Agencija smatra da je ta obaveza potrebno i efikasno sredstvo za postizanje kasnijih sporazuma o pristupu. U slučaju da se ova obaveza ne nametne sva tri operatora bi mogla nametnuti potencijalnim konkurentima na vertikalno povezanom veleprodajnom i maloprodajnom tržištu razne oblike neopravdanih instrumenata osiguranja plaćanja, bankarskih garancija, u pogledu uslova i iznosa ili neopravdano podsticati korišćenje skupljih tehnologija za pružanje usluge i to samo iz razloga povećanja troškova postojećih i potencijalnih konkurenata. Isto tako sva tri operatora bi mogla tražiti nivo informacija iznad potrebnog i tehnički opravdanog za pružanje relevantne usluge.

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

mreža ova tri operatora i alternativnog operatora. Agencija ocjenjuje da je obaveza nužna za uspostavljanje i održavanje konkurencije na tržištu.

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

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

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

8.2 Obaveza obezbjeđivanja nediskriminatornosti

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

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

- Da primjenjuju jednake uslove i kvalitet u pružanju usluge pristupa i interkonekcije svim operatorima koji pružaju maloprodajne usluge, kao što to čine za sopstvene potrebe i za potrebe operatora koji su dio njegovog privrednog društva ili sa njima povezanog društva.
- Da na svojim internet stranicama objave ugovore o pristupu i interkonekciji uz obezbeđenje zaštite poverljivih informacija.

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

U slučaju da se ova obaveza ne nametne ili ne realizuje operatori sa značajnom tržišnom snagom na relevantnom tržištu mogu sprovoditi aktivnosti koje se disriminatorne u pogledu cijena, kvaliteta i predstavljaju prepreke razvoju konkurencije na relevantnom tržištu. Takođe, operator sa značajnom tržišnom snagom može obračunavati usluge po višim cijena u poređenju sa cijenama koje nudi svom maloprodajnom dijelu ili povezanim društvima,

čime primjenjuje praksu cjenovnog stezanja margine profita (eng. price squeeze) operatora. Pored aktivnosti prenošenja značajne tržišne snage na cjenovnim osnovama, operatori mogu primjenjivati i antikonzekurentske taktike odgađanja, uskraćivanje informacija, insistiranje na neopravdanim zahtjevima i diskriminatorno korišćenje informacija. Naime Agencija smatra da je važno da i informacije koje operator sa značajnom tržišnom snagom dobije od alternativnih pružaoca usluga ne iskoristi za potrebe svog maloprodajnog dijela i time dovede alternativnog pružaoca usluga u neravnopravan položaj.

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

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

Agencija ocjenjuje da ova regulatorna obaveza adekvatna, da ne predstavlja nikakvo dodatno opterećenje za operatora sa značajnom tržišnom snagom, već samo kvalitativno definiše njegov odnos prema drugim operatorima na veleprodajnom tržištu, te kao takva omogućava nesmetan ulaz novih operatora na ovo tržište sa ciljem ponude korisnicima.

8.3 Obaveza objavljivanja podataka

Agencija može, shodno članu 71. Zakona o elektronskim komunikacijama operatoru sa značajnom tržišnom snagom na određenom relevantnom tržištu, može naložiti da objavi podatke o uslugama pristupa i/ili interkonekcije, kao što su: računovodstveni podaci, tehničke specifikacije, karakteristike mreže, uslovi korišćenja i cijene usluga.

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

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

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

- 1) Opšte odredbe koje se tiču predmeta ponude, primjenu i važenja ponude;
- 2) Pregled i opis usluga;
- 3) Cijene i popuste odnosno principe njihovog određivanja, obračun i naplata usluge;
- 4) Detaljno objašnjen postupak procesa, naručivanja, ugovaranja i realizacije usluge
- 5) Odgovornost, kvalitet usluge i održavanje;
- 6) Povjerljivost informacija i poslovna tajna;
- 7) Postupak rješavanja sporova;
- 8) Dodaci (definicije pojmova, kontakti, pristupne tačke, tehnički standardi, postupak testiranja ...).

Operatori će referentnu ponudu usluge pristupa na veleprodajnom nivou objaviti u roku od 30 dana od dana donošenja rješenja u skladu sa članom 72 Zakona o elektronskim komunikacijama.

Agencija naglašava da je Referentna ponuda dokument koji je podložan izmjenama, shodno promjenama na tržištu i tehnološkom razvoju. Ako Referentna ponuda ne odgovara Zakonu o elektronskim komunikacijama ili uslovima na tržištu, nakon sprovedene javne rasprave, Agencija može Rješenjem narediti njenu izmjenu u roku od 30 dana. Takođe, operator može i sam inicirati izmjenu Referentne ponude.

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

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

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

Primarna funkcija obaveze objavljivanja podataka je da druge obaveze, a naročito obavezu omogućivanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja i obavezu nediskriminatornosti, učini još efikasnijim. Primjena obaveze objavljivanja podataka ima za cilj da ukaže i doprinese rješavanju antikonkurentskih aktivnosti i prepreka razvoju konkurencije koje se odnose na praksu unakrsnog subvencionisanja, cjenovnu diskriminaciju i praksu cjenovnog stezanja margina profita (eng. Price Squeeze) operatora.

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

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

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

8.4 Odvojeno vođenje računovodstvenih evidencija

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

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

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

Agencija ima pravo propisati metodologiju vođenja računovodstva i pravo potpunog pristupa svim relevantnim finansijskim podacima, što uključuje i podatke o prihodima ostvarenim naplatom od trećih strana. Takođe, Agencija može objavljivati ove podatke s ciljem unapređivanja transparentnosti tržišta, vodeći, pri tom računa o stepenu poverljivosti.

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

U cilju veće efikasnosti primjene obaveza obezbjeđenja preglednosti i nediskriminatornosti, Agencija ocjenjuje neophodnim nametnuti obavezu odvajanja računovodstvenih evidencija operatorima sa značajnom tržišnom snagom. 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 primjene cjenovnog stezanja margina profita (eng. price squeeze) operatora.

Polazeći od već nametnutih obaveza nediskriminatornosti i transparentnosti, Agencija ocjenjuje obavezu vođenja odvojenih računovodstvenih evidencija adekvatnom i proporcionalnom.

Agencija je dana 20. 10. 2015. godine izdala Rješenje kojim se određuje Crnogorskom Telekomu, Telenoru i Mtelu obaveza primjene propisanog sistema troškovnog i odvojenog računovodstva za veleprodajno tržište poziva koji završavaju u individualnim telefonskim mrežama u skladu sa Metodologijom računovodstvenog razdvajanja za mobilne telefonske mreže, na kojem su određeni kao operatori sa značajnom tržišnom snagom.

S tim u vezi, mobilni operatori su propisanu obavezu odvajanja računovodstvenih evidencija i obavezu nadzora cijena i troškovnog računovodstva sproveli u slučaju navedenih relevantnih tržišta i shodno zahtjevima regulatornog izvještavanja pripremili i objavili odvojene regulatorne finansijske izvještaje po segmentima/uslugama za 2016, 2017 i 2018. godinu.

Operatori sa značajnom tržišnom snagom na ovom tržištu su u obavezi da nastave sa implementacijom projekta na način i u rokovima kako je određeno Metodologijom računovodstvenog razdvajanja za mobilne telefonske mreže.

8.5 Kontrola cijena i vođenje troškovnog računovodstva

Agencija može, shodno članu 76. Zakona o elektronskim komunikacijama operatoru sa značajnom tržišnom snagom naložiti preduzimanje mjera u vezi sa povraćajem troškova,

kontrolom cijena određenih usluga koje se pružaju radi obezbjeđivanja pristupa i/ili interkonekcije i vođenje troškovnog računovodstva.

Troškovno računovodstvo odnosi se na skup pravila i procedura koji osiguravaju raspodjelu troškova, prihoda, imovine, obaveza i kapitala na pojedine aktivnosti i usluge. Model troškovnog računovodstva omogućava sprovođenje obaveze računovodstvenog razdvajanja i provjeru troškovne orijentisanosti cijena u svrhu sprečavanja međusobnog subvencioniranja, zatim previsokih ili preniskih cijena i neefikasnog ponašanja operatora sa značajnom tržišnom snagom. Operator kojem je naređeno preduzimanje mjera troškovne orijentacije, mora dokazati da su cijene izračunate na osnovu troškova uz prihvatljivu stopu prinosa na investiciona ulaganja. Prilikom provjeravanja ispunjavanja te obaveze Agencija može primijeniti metode troškovnog računovodstva koje su nezavisne od onih koje primjenjuje operator. Agencija može od operatora Rješenjem takođe zahtijevati, da obrazloži i po potrebi koriguje cijene, pri čemu teret eventualnog dokazivanja snosi operator.

Član 77. stav 2. Zakona propisuje da Agencija može propisati mehanizam pokrivanja troškova ili metodologiju određivanja cijena, što mora biti primjereno ciljevima unaprijeđenja efikasnosti i održive konkurencije, ciljevima razvoja i povećanju koristi za krajne korisnike. Agencija može koristiti i upoređenja sa cijenama na uporedivim tržištima ili tržištima sa razvijenom konkurencijom, uzimajući u obzir specifičnosti domaćeg tržišta.

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

Svrha određivanja obaveze kontrole cijena i vođenja troškovnog računovodstva, koje operatori treba da primjene prilikom raspodjele troškova na usluge koje pruža, jeste osiguranje ravnopravnih transparentnih kriterijuma, kao i kriterijuma koji podstiču razvoj konkurencije.

Nametanjem ove obaveze Agencija smatra da će se otkloniti prepreku razvoju konkurencije na ovom relevantnom tržištu koja se odnosi na vertikalno prenošenje značajne tržišne snage i praksu unakrsnog subvencioniranja usluga. Naime, operatori mogu da vrše vertikalno prenošenje značajne tržišne snage na način da veleprodajne cijene utvrđuju iznad nivoa stvarnih troškova pružanja te usluge, dok usluge na pripadajućem maloprodajnom tržištu utvrđuje ispod nivoa stvarnih troškova. To dovodi do situacije da su alternativni operateri onemogućeni da uđu na ovo tržište. Nadzor nad cijenama je potreban jer se na taj način omogućava ulazak alternativnih operatora na ovo tržište, a samim tim i konkurentnost na maloprodajnom tržištu od čeka krajnji korisnici mogu imati velike benefite. Iz navedenih razloga ovu obavezu je neophodno nametnuti operatorima sa značajnom tržišnom snagom na ovom tržištu, te Agencija ocjenjuje da je naložena obaveza adekvatna i srazmjerna.

Agencija je Odlukom broj 0102-2197/1 od 01.03.2018. godine dala saglasnost o prihvatanju sprovedenih aktivnosti Crnogorskog Telekom-a na Projektu računovodstvenog odvajanja i troškovnog računovodstva po HCA/FAC metodologiji za fiksnu mrežu za 2013. godinu i Odlukom broj 0102-2196/1 od 01.03.2018. godine dala saglasnost o prihvatanju sprovedenih

aktivnosti Crnogorskog Telekom-a na Projektu računovodstvenog odvajanja i troškovnog računovodstva po CCA/LRIC metodologiji za mobilnu mrežu za 2016. godinu. Nakon usvajanja revidiranih regulatornih finansijskih izvještaja, Agencija je uputila dopise Crnogorskom Telekomu, Telenor-u i Mtel-u dana 26.03.2018. godine kojim ih je obavezala da usklade cijene važećih veleprodajnih relevantnih usluga u referentnim ponudama sa rezultatima troškovnih modela za mobilnu mrežu. Svi mobilni operatori su postupili u skladu sa dopisom Agencije od 26.03.2018. godine i u svojim Referentnim ponudama za pristup mobilnim mrežama primijenili naloženu cijenu originacije poziva iz mobilnih mreža, odnosno sniženje cijene ovog relevantnog tržišta.

Operatori sa značajnom tržišnom snagom na ovom tržištu su u obavezi da nastave sa implementacijom projekta na način i u rokovima kako je određeno Metodologijom računovodstvenog razdvajanja za mobilne telefonske mreže. Agencija može pristupiti utvrđivanju cijena relevantnih usluga na osnovu Revidiranih regulatornih godišnjih finansijskih izvještaja u periodu do naredne analize relevantnog tržišta.

9. PRILOZI



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 ELEKTRONSKU KOMUNIKACIJU I POŠTANSKU DJELATNOST			
Primljeno:	08.11.2019		
Org. jed.	Broj	Prilog	Vrijednost
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 zahtjev¹ Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost (u daljem tekstu: „**AEKIP**") za izjašnjenje i mišljenje na Nacrt Testa tri kriterijuma na relevantnim tržištima:

¹ 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* regulaciji² i Smjernica Evropske komisije o analizi tržišta i utvrđivanju značajne tržišne snage, shodno zajedničkom regulatornom okviru za elektronske komunikacione mreže i usluge.

² 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 ovlaštenja 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 uslovi³ 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 komisije⁴, 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 nedostatka 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 ovlaštenjima 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

³ 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.

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