



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

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

**Podgorica, oktobar 2015.godine**

# SADRŽAJ

<b>SADRŽAJ</b> .....	<b>2</b>
<b>1. UVOD</b> .....	<b>7</b>
1.1 Evropski regulatorni okvir za elektronske komunikacije .....	7
1.2 Pravni osnov za sprovođenje postupka definisanja i analize relevantnog tržišta .....	9
1.3 Saradnja sa Agencijom za zaštitu konkurencije .....	11
1.4 Hronološki redoslijed aktivnosti.....	11
<b>2. DEFINISANJE RELEVANTNOG TRŽIŠTA</b> .....	<b>12</b>
2.1 Određivanje granica relevantnog tržišta za potrebe sprovođenja testa tri kriterijuma .....	12
2.1.1 Karakteristike tržišta mobilne telefonije u Crnoj Gori .....	12
2.1.2 Relevantno tržište u dimenziji usluga .....	14
2.1.2.1 Zamjenjivost na strani tražnje – maloprodajni nivo.....	14
2.1.2.2 Zamjenjivost na strani ponude – maloprodajni nivo.....	18
2.1.2.3 Zaključak .....	19
2.2 Zamjenjivost na strani tražnje – veleprodajni nivo .....	20
2.3 Zamjenjivost na strani ponude – veleprodajni nivo.....	21
2.4 Dodatni činilac koji utiče na određivanje relevantnog tržišta u dimenziji usluga .....	22
2.4.1 Mreže treće generacije (3G).....	22
2.5 Relevantno tržište u geografskoj dimenziji .....	22
2.6 Stav nadležnog regulatornog tijela o određivanju relevantnog tržišta.....	23
<b>3. TEST TRI KRITERIJUMA</b> .....	<b>24</b>
3.1 Prvi kriterijum: postojanje snažnih i trajnih barijera za ulazak na tržište, strukturne, pravne i regulatorne prirode; .....	24
3.1.1 Strukturne barijere ulaska na tržište .....	25
3.1.1.1 Nadzor infrastrukture kod koje postoje visoke prepreke razvoju infrastrukturne konkurencije.....	25
3.1.2 Pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište .....	26
3.2 Drugi kriterijum: struktura tržišta ne pokazuje tendencije razvoja efikasne tržišne konkurencije u odgovarajućem vremenskom periodu, ne dužem od tri godine .....	29
3.3 Treći kriterijum: primjena propisa kojima se uređuje zaštita konkurencije ne obezbjeđuje efikasno otklanjanje nedostataka na tržištu.....	32
3.3.1 Stepem opšteg nekonkurentnog ponašanja.....	32
3.3.2 Stepem kompleksnosti otklanjanja nekonkurentnog ponašanja .....	33
3.3.3 Nekonkurentsko ponašanje može dovesti do nepopravljive štete na relevantnom tržištu .....	33
3.3.4 Potreba za regulatornom intervencijom kako bi se dugoročno osigurao razvoj efikasne konkurencije na tržištu.....	33
3.3.5 Zaključak o trećem kriterijumu .....	34
3.4 Zaključak Agencije da je relevantno tržište podložno ex ante regulaciji.....	34
<b>4. KRITERIJUMI ZA UTVRĐIVANJE TRŽIŠNE SNAGE</b> .....	<b>35</b>
4.1 Niska elastičnost tražnje .....	35
4.2 Sličnost tržišnih udjela .....	36
4.2.1 Fokus koordinacije .....	36
4.2.2 Simetrija .....	37
4.2.3 Tržišna učešća .....	37
4.2.4 Sličnost troškovnih struktura.....	39

4.2.5	Vertikalna integracija .....	40
4.2.6	Homogenost proizvoda .....	40
4.3	Kriterijum 3: visoke pravne ili ekonomske barijere za ulazak na tržište.....	40
4.4	Kriterijum 4: nedostatak kompenzacione kupovne moći .....	41
4.5	Kriterijum 5: nedostatak potencijalne konkurencije.....	42
4.6	Zaključak o procjeni postojanja operatora sa značajnom tržišnom snagom.....	42
<b>5.</b>	<b>PREPREKE U RAZVOJU TRŽIŠNE KONKURENCIJE.....</b>	<b>43</b>
5.1	Odbijanje dogovora/uskraćivanje pristupa .....	43
5.2	Prenošenje značajne tržišne snage na osnovama nevezanim za cijene.....	44
5.3	Prenošenje značajne tržišne snage na osnovama vezanim za cijene .....	48
<b>6.</b>	<b>ODREĐIVANJE OBAVEZA OPERATORU SA ZNAČAJNOM TRŽIŠNOM SNAGOM.....</b>	<b>50</b>
6.1	Pristup elementima mreže i njihovo korišćenje.....	51
6.2	Obaveza obezbjeđivanja nediskriminatornosti.....	53
6.3	Obaveza objavljivanja podataka.....	54
6.4	Odvojeno vođenje računovodstvenih evidencija.....	56
6.5	Kontrola cijena i vođenje troškovnog računovodstva .....	57
<b>7.</b>	<b>PRILOZI .....</b>	<b>59</b>
7.1	Prilog A – mišljenje Uprave za zaštitu konkurencije .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

## REZIME

### nacrta Analize Veleprodajnog tržišta pristupa i originacije poziva iz jula 2015 godine sa akcentom na razlike u odnosu na dokument : "Analiza Veleprodajnog tržišta pristupa i originacije poziva iz mobilnih mreža iz 2012. godine"

Kod uvodnog dijela napravljene se neke izmjene koje su posljedica izmijenjenog regulatornog okvira Evropske Unije i izmjena u skladu sa novim Zakonom o elektronskim komunikacijama.

Kod definicije relevantnog tržišta nije bilo izmjena koje bi uticale na zaključak Agencije o definisanju relevantnog tržišta. Naime, na bazi sprovedenog postupka definicije u prvom krugu analize ovog tržišta Agencija je razmatrajući stepen supstitutivnosti usluga sa funkcionalnog i cjenovnog aspekta, utvrdila da se tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz mobilnih javnih komunikacijskih mreža sastoji od sljedećih usluga:

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

U Poglavlju Test Tri kriterijuma Agencija je pristupila testu, odnosno ocjeni: 1) postojanja snažnih i trajnih barijera za ulazak na tržište, strukturne, pravne i regulatorne prirode 2) ocjeni da li struktura tržišta pokazuje tendencije razvoja efikasne tržišne konkurencije u relevantnom vremenskom period i 3) ocjeni da li primjena propisa kojima se uređuje zaštita konkurencije obezbjeđuje efikasno otklanjanje nedostataka na tržištu. Kao strukturne barijere su utvrđene sledeće činjenice: da trenutno u 3 opsega 900 MHz, 1800 MHz i 2 GHz za GSM/DCS1800/UMTS/LTE mobilne komunikacione mreže, ne postoje slobodni RF resursi za dodjelu novim operatorima i da postojeća odobrenja za resurse u opsezima 900MHz i 1800MHz i dio resursa u opsegu 2GHz, Telenoru i Crnogorskom Telekomu ističu početkom 2017. godine, a za ostale resurse u opsegu 2GHz, kao i za sve resurse u sva tri opsega Mtel-u ističu u aprili 2022. godine. Kod ocjene drugog kriterijuma je konstatovano da u relevantnom periodu učešće tri operatora je ostalo na približno istom nivou, pri čemu nije postojala zainteresovanost za ulazak četvrtog operatora, što sve ukazuje da stanje na relevantnom tržištu ne teži efikasnoj konkurenciji. Kod ocjene trećeg kriterijuma, Agencija je zaključila 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 trećem poglavlju – Analiza relevantnog tržišta izvršena je dopuna u smislu korišćenja većeg broja kriterijuma za procjenu postojanja jednog ili više operatora sa značajnom tržišnom snagom na tom tržištu. Naime u dokumentu analize iz 2012. godine Agencija je koristila samo kriterijume za procjenu sadržane u Zakonu o elektronskim komunikacijama, dok je u nacrtu analize iz jula 2015. godine, u skladu sa članom 64 stav 3 Zakona koji predviđa da Agencija može uzimajući u obzir preporuke, mišljenja i smjernice odgovarajućih organa i organizacija Evropske Unije, odnosno drugih relevantnih međunarodnih organa i organizacija, koristila kriterijume za procjenu sadržane u Izvještaju Ekspertske radne grupe BEREC-a o analizi i regulaciji oligopola (Draft BEREC Report on Oligopoly analysis and regulation, BOR(15)74).

U sledećem poglavlju – Prepreke razvoju konkurencije, Agencija je sagledala sve potencijalne prepreke razvoju tržišne konkurencije, koje bi u odsustvu ex ante regulacije, mogle negativno uticati na diskriminaciju na cjenovnoj i 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.

U poslednjem poglavlju – Određivanje obaveza operatoru sa značajnom tržišnom snagom, Agencija je operatorima sa značajnom tržišnom snagom zadržala obaveze određene prethodnom Analizom na veleprodajnom nivou i to :

- *Obaveza omogućavanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja,*

Operatori sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu, dužni su da, u sklopu regulatorne obaveze omogućavanja pristupa elementima mreže i njihovog korišćenja, preduzmu mjere u cilju ispunjavanja svih opravdanih zahtjeva za pristup i korišćenje određenih elemenata elektronskih komunikacionih mreža i pripadajuće infrastrukture. O okviru ove obaveze operatori su dužni da: u dobroj namjeri pregovaraju sa operatorima o zahtjevima za pristup elementima mreže i njihovom korišćenju, omogućće pristup posebnim djelovima mreže i/ili opreme koji nijesu aktivni i/ili da obezbijede pristup lokalnoj petlji, radi omogućavanja izbora i/ili predizbora operatora i/ili ponuda za preprodaju pretplatničkih linija, ne uskrate prethodno ostvareni pristup, obezbijede određene usluge na veleprodajnoj osnovi, zbog preprodaje tih usluga na maloprodajnom tržištu, odobri otvoreni pristup tehničkim interfejsima, protokolima ili drugim tehnologijama i mogućnostima koje su neophodne za interoperabilnost usluga ili mreža, uključujući i virtuelne mreže i obezbijede pristup sistemima za podršku ili sličnim sistemima koji su potrebni za obezbjeđivanje lojalne konkurencije prilikom pružanja usluga.

### *Obaveza obezbjeđivanja nediskriminatornosti*

Operatori sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu, dužni su da, u sklopu regulatorne obaveze obezbjeđivanja nediskriminatornosti, danom stupanja na snagu ovog Rješenja, preduzmu mjere u cilju izvršavanja navedene obaveze. U okviru ove obaveze operatori 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 i da na svojim internet stranicama objave ugovore o pristupu i interkonekciji uz obezbeđenje zaštite poverljivih informacija.

### *Obaveza objavljivanja podataka*

Operatori sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu, dužni su objave Referentnu ponudu za pristup i originaciju poziva u mobilnim mrežama na veleprodajnom nivou za sve usluge koje su obuhvaćene definicijom relevantnog tržišta.

### *Obaveza odvojenog vođenja računovodstvenih evidencija*

Operatori sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu su, shodno obavezi odvajanja računovodstvenih evidencija propisanih u sklopu regulatornih obaveza nakon prvog kruga analize ovog relevantnog tržišta sprovedi odvajanje računovodstvenih evidencija koje se odnose na usluge ovog relevantnog tržišta od ostalih maloprodajnih i veleprodajnih tržišta u skladu sa dokumentom: "Metodologija računovodstvenog odvajanja za mobilne mreže".

Operatori sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu su dužni da nastave sa implementacijom projekta na način i u rokovima kako je određeno pomenutim dokumentom.

### *Obaveza kontrole cijena i vođenja troškovnog računovodstva*

Operatori sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu su propisanu obavezu nadzora cijena i troškovnog računovodstva sprovedi u slučaju ovog relevantnog tržišta i shodno zahtjevima regulatornog izvještavanja pripremili i objavili odvojene regulatorne finansijske izvještaje po segmentima/uslugama za 2012, 2013 i 2014. godinu.

Operatori sa značajnom tržišnom snagom na ovom relevantnom tržištu su dužni da nastave sa implementacijom projekta na način i u rokovima kako je određeno dokumentom: "Metodologija računovodstvenog odvajanja za mobilne mreže".

# 1. UVOD

## 1.1 *Evropski regulatorni okvir za elektronske komunikacije*

Regulatorni okvir Evropske unije iz 2002. godine rezultat je dugog i kontinuiranog procesa rasprava i analiza o načinima ostvarivanja najprikladnijeg okruženja za razvoj efikasne konkurencije u sektoru elektronskih komunikacija. Taj okvir danas predstavlja regulatorni model koji je prihvaćen kao najbolji poznati model i u mnogim zemljama koje nijesu članice Evropske unije. Evropska komisija je marta 2002. godine usvojila četiri direktive koje dijelom čine regulatorni okvir iz 2002. godine na području elektronskih mreža i komunikacionih usluga, dok je peta direktiva, koja je takođe sastavni dio regulatornog okvira, usvojena je u oktobru 2002.godine.

- Direktiva 2002/19/EC o pristupu i interkonekciji elektronskih komunikacionih mreža i pripadajućih dodatnih usluga ("Direktiva o pristupu")<sup>1</sup>,
- Direktiva 2002/20/EC o autorizaciji na području elektronskih komunikacionih mreža i usluga ("Direktiva o autorizaciji")<sup>2</sup>,
- Direktiva 2002/21/EC o zajedničkom regulatornom okviru za elektronske komunikacione mreže i usluge ("Okvirna direktiva")<sup>3</sup>,
- Direktiva 2002/22/EC o univerzalnom servisu i pravima korisnika u vezi sa elektronskim komunikacionim mrežama i uslugama ("Direktiva o univerzalnom servisu")<sup>4</sup>,
- Direktiva 2002/58/EC o obradi ličnih podataka i zaštiti privatnosti i povjerljivosti komunikacija u sektoru elektronskih komunikacija ("Direktiva o privatnosti u elektronskim komunikacijama")<sup>5</sup>.

U mnogim publikacijama često se navodi da se regulatorni okvir sastoji od "Okvirne direktive" (2002/21/EC) i četiri preostale Direktive koje se zajednički nazivaju "Specifične Direktive" (2002/19/EC, 2002/20/EC, 2002/22/EC i 2002/58/EC).

Evropska komisija je 2002. godine objavila Smjernice za nacionalna regulatorna tijela, o definisanju i analizi relevantnih tržišta, utvrđivanju statusa operatora sa značajnom tržišnom snagom i nametanju regulatornih obaveza.<sup>6</sup> Osnovna svrha pomenutih Smjernica je doprinos harmonizaciji primjene regulatornih načela i konzistentnosti regulacije. Korišćenje iste metodologije definisanja i analize tržišta osigurava da većina tržišta definisanih za potrebe sektorski specifične regulacije odgovaraju definicijama koje bi bile primjenjene saglasno propisima o zaštiti konkurencije.

---

<sup>1</sup> Directive 2002/19/EC Access directive (OJ of the ECL 108/7 from 24.02.2002)

<sup>2</sup> Directive 2002/20/EC Authorisation directive (OJ of the ECL 108/21 from 24.02.2002)

<sup>3</sup> Directive 2002/21/EC Framework directive (OJ of the ECL 108/33 from 24.02.2002)

<sup>4</sup> Directive 2002/22/EC Universal service directive (OJ of the ECL 108/51 from 24.02.2002)

<sup>5</sup> Directive 2002/58/EC Directive on privacy and electronic communications (OJ of the ECL 201/37 from 31.07.2002)

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

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

- Preporuku (2003/311/EC)<sup>7</sup> od 11.02.2003. godine, o relevantnim tržištima na području elektronskih komunikacija, koja je sadržala 18 tržišta koja su podložna prethodnoj (ex-ante) regulaciji, i koja je zamijenjena sa
- Preporukom (2007/879/EC)<sup>8</sup> od 17.12.2007. godine, o relevantnim tržištima na području elektronskih komunikacija, koja sadrži 7 tržišta koja su podložnima prethodnoj (ex-ante) regulaciji.

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

Na inicijativu Evropske komisije, Evropski parlament i Savjet ministara Evropske unije su u decembru 2009.godine donijeli novi regulatorni okvir u oblasti elektronskih komunikacija koji se sastoji od dvije direktive i jednog pravilnika:

- Pravilnika 1211/2009 Evropskog parlamenta i Evropskog savjeta, o uspostavljanju Tijela evropskih regulatora za elektronske komunikacije (BEREC)<sup>9</sup>;
- Direktive 2009/136/EC Evropskog parlamenta i Evropskog savjeta<sup>10</sup>, kojom se mijenjaju Direktiva 2002/22/EC o univerzalnom servisu, Direktiva 2002/58/EC o korišćenju podataka o ličnosti i Pravilnik broj 2006/2004 o saradnji nacionalnih organa nadležnih za primjenu propisa o zaštiti prava potrošača;
- Direktiva 2009/140/EC Evropskog parlamenta i Evropskog savjeta<sup>11</sup>, 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.

---

<sup>7</sup> Commission recommendation on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communication networks and services (OJ of the EC L 114/456 from 08.05.2003.

<sup>8</sup> Commission recommendation of 17 December 2007 on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communications networks and services.

<sup>9</sup> Regulation (EC) No 1211/2009 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009, establishing the Body of European Regulators for Electronic Communications (BEREC) and the Office

<sup>10</sup> Directive 2009/136/EC of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009, amending Directive 2002/22/EC on universal service and users' rights relating to electronic communications networks and services, Directive 2002/58/EC concerning the processing of personal data and the protection of privacy in the electronic communications sector and Regulation (EC) No 2006/2004 on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws

<sup>11</sup> Directive 2009/140/EC of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009, amending Directives 2002/21/EC on a common regulatory framework for electronic communications networks and services, 2002/19/EC on access to, and interconnection of, electronic communications networks and associated facilities, and 2002/20/EC on the authorisation of electronic communications networks and services



Evropska komisija je 09.10.2014. godine usvojila Preporuku o relevantnim tržištima na području elektronskih komunikacija koja podliježu ex ante regulaciji<sup>12</sup> u skladu sa Direktivom Evropskog parlamenta i Evropskog savjeta o zajedničkom regulatornom okviru za elektronske komunikacione mreže i usluge. Preporukom su definisana slijedeća tržišta usluga i to:

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

Tržišta obuhvaćena 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 i sami utvrditi, 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.

## **1.2 Pravni osnov za sprovođenje postupka definisanja i analize relevantnog tržišta**

Prethodno navedene direktive implementirane su u crnogorsko zakonodavstvo kroz Zakon o elektronskim komunikacijama (u daljem tekstu ZEK), koji je stupio na snagu 2013. godine. 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 čl. 71,72,73,74 i 75 ZEK, pri čemu Agencija uzima u obzir načelo racionalnosti i proporcionalnosti, uz obrazloženje naređenih mjera.

Zakonom o elektronskim komunikacijama (Sl.list Crne Gore, broj 40/13) 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 sprječavanje negativnih efekata značajne tržišne snage operatora.

ZEK-om je propisano da se prilikom određivanja relevantnih tržišta iz stava 1 člana 66 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 2007.

---

<sup>12</sup> Commission recommendation on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communication networks and services (OJ of the EC 2014/710 from 9 October 2014)

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

1. prisustva snažnih i trajnih prepreka za ulazak na tržište, koje mogu biti strukturne, pravne i regulatorne prirode;
2. procjene povećanja konkurentnosti određenog relevantnog tržišta u naredne dvije godine i u odsustvu regulatornih mjera;
3. ocjene 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 ZEK, 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. Stoga je Agencija, saglasno ovom članu, utvrdila Odluku kojom se određuju relevantna tržišta usluga na koja se primjenjuje test tri kriterijuma.

Relevantna tržišta usluga, u smislu ove Odluke, su sljedeća:

1. Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji,
2. Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji,
3. Veleprodajno tržište trunk segmenata iznajmljenih linija,
4. Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža.
5. Veleprodajno tržište prenosa i emisije radio difuznih signala.

S obzirom da maloprodajno tržište javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji nije sastavni dio nove Preporuke o relevantnim tržištima, a bilo je kao treće i peto tržište obuhvaćeno starom Preporukom, Agencija može vršiti *ex-ante* regulaciju ukoliko dokaže da su istovremeno zadovoljena sva tri kriterijuma. U slučaju da su zadovoljena sva tri kriterijuma (Test tri kriterijuma), Agencija će sprovesti postupak analize tržišta u skladu sa ZEK-om.

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 predhodno navedenih dimenzija relevantnog tržišta, Agencija će, u saradnji s Upravom za zaštitu konkurencije, ocijeniti efikasnost tržišne konkurencije na tom tržištu.

Agencija će u slučaju nedostatka efikasne tržišne konkurencije, a u skladu sa ZEK-om, procijeniti postoji li na tom relevantnom tržištu jedan ili više operatora sa značajnom tržišnom snagom.

Shodno članu 69 ZEK-a, Agencija rješenjem određuje operatora, odnosno operatore sa značajnom tržišnom snagom na tom tržištu, pri čemu nalaže preduzimanje najmanje jedne od mjera iz člana 70 do 75 ovog zakona, uz primjenu načela racionalnosti i proporcionalnosti. U slučaju da nisu zadovoljena sva tri kriterijuma, Agencija će novim rješenjem ukinuti rješenja koja su na tom tržištu određivala operatore sa značajnom tržišnom snagom, uključujući i mjere koje su naređene tim rješenjima.

### **1.3 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 64 Zakona, Agencija sprovodi analizu tržišta u saradnji sa organom nadležnim za zaštitu konkurencije ili samostalno, Agencija za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost i Agencija za zaštitu konkurencije potpisale su dana 28.04.2009. godine Sporazum o saradnji na području obezbjeđenja konkurencije i predupređenja štetnih efekata nedostatka konkurencije na tržištu usluga elektronskih komunikacija.

### **1.4 Hronološki redoslijed aktivnosti**

Savjet Agencije je na sjednici od 17.02.2015. godine, nakon pribavljenog mišljenja Agencije za zaštitu konkurencije broj: 02-54/2 od 04.03.2015. godine, usvojio Odluku o pokretanju drugog kruga analiza relevantnih tržišta usluga koja su predmet provjere ispunjenosti Testa tri kriterijuma.

U skladu s navedenim, a sa ciljem prikupljanja svih potrebnih podataka, Agencija je na osnovu pretpostavki i iskustava iz zemalja Evropske unije, izradila i 23.03.2015. godine poslala upitnik u pisanom i elektronskom obliku, operatorima koji su upisani u Registru operatora, prema tabeli:

<b>R.Br.</b>	<b>Naziv operatora</b>
1.	Crnogorski Telekom a.d. Podgorica
2.	Telenor d.o.o. Podgorica
3.	Društvo za telekomunikacije MTEL d.o.o. Podgorica

Nakon prijema popunjenih upitnika, Agencija je otpočela sa sprovođenjem Testa tri kriterijuma na veleprodajnom tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža.

## 2. DEFINISANJE RELEVANTNOG TRŽIŠTA

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 odmah reaguje na povećanje cijene, dok je potencijalnim konkurentima potrebno više vremena i ulaganja za pružanje slične usluge na tržištu.

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

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

### **2.1 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.

Pri određivanju 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.

#### **2.1.1 Karakteristike tržišta mobilne telefonije u Crnoj Gori**

U periodu od 01.01.2012. – 31.12.2014., 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 eksploataciju 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 sevice. Dana 13.04.2007.godine Agencija za telekomunikacije i poštansku djelatnost je izdala Promonteu Posebnu Licencu broj 01-122 za građenje, posjedovanje i eksploataciju mobilne javne telekomunikacione mreže i pružanje mobilnih javnih telekomunikacionih servisa u skladu sa IMT-2000/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 (IMT-2000/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 Telekoma je Magyar telekom Plc-Mađarska. Crnogorski Telekom posluje kao jednočlano društvo sa ograničenom odgovornošću. Crnogorski Telekom je osnovano 2000 godine kao Monet d.o.o. 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 eksploataciju 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 (IMT-2000/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 (IMT-2000/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 vidljivo i iz indikatora pokrivenosti stanovništva signalom koja kod Telenor-a na kraju 2014. godine iznosi 99.50%, Crnogorski Telekom-a 99.40% , i Mtel-a 99% i indikatora pokrivenosti teritorije koja kod Telenora iznosi 94%, kod Crnogorskog Telekoma 91% i Mtel-a 81%. na kraju 2014.godine.

### **2.1.2 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.

#### **2.1.2.1 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 kupnjom SIM kartice od odabranog pristupnog operatora. SIM kartica, osim pristupa mreži, krajnjim korisnicima omogućava i upućivanje svih vrsta odlaznih poziva, 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 odabirom bilo kojeg tarifnog paketa/usluge automatski dobija mogućnost pristupa mreži i upućivanja 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 odabira pretplatničkog tarifnog paketa određeni fiksni iznos plaća kroz mjesečnu pretplatu, a drugi dio plaća kroz upućivanje odlaznih poziva po minuti razgovora zavisno o mreži i vrsti poziva koji je uputio. U slučaju da je krajnji korisnik pristup mreži ostvario putem bez pretplatničkog odnosa cijeli iznos za pristup mreži je zapravo „prebačen“ u mogućnost upućivanja poziva na način da su maloprodajne cijene poziva više nego kod poziva koji upućuju krajnji korisnici koji imaju pretplatnički odnos.

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, vidjevši više cijene, odlučiti promijeniti pristupnog operatora.

Posljedično, 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 vlastitih korisnika na ostale operatore mobilnih mreža koji posluju na tržištu.

Na osnovu prethodno navedenog, vidljivo 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.

Na osnovu svega prethodno navedenog vidljivo je da se 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 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 gore navedene vrste poziva za krajnjeg korisnika nisu međusobno zamjenjive usluge, već ih se gleda kao cjelinu, odnosno gleda ih se sa stanovišta mogućnosti da 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 temelja 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 zamjenske usluge pozivima iz mobilnih mreža te razmotrila je li se sve prethodno navedene vrste poziva i eventualne zamjenske usluge, koje su objašnjene niže u dokumentu, odnose na poslovne i rezidencijalne korisnike te postpaid korisnike i prepaid korisnike.

**a) Pozivi započeti u fiksnim mrežama kao zamjenska 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 potražiti uslugu koja bi mogla zamijeniti prethodno pomenute usluge. Potencijalna zamjenska usluga bi mogao biti pristup i odlazni poziv kod operatora fiksne mreže. Međutim, pozivi s fiksnih brojeva ignorišu osnovni princip mobilnih brojeva, 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* zamjenskom 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 upućivanje 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);



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

- SMS poruke ne prenose se 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 proslijedi“.

Na osnovu prethodno navedenih razlika vidljivo je da će korisnik u određenim slučajevima poput dužih konverzacija koristiti poziv umjesto SMS poruka. Iz navedenog je vidljivo da se navedene usluge ne mogu smatrati zamjenskom 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 uputi poziv i pošalje SMS poruku.

U skladu s prethodno navedenim, stav Agencije je da se usluga upućivanja poziva i slanja SMS poruke *mogu smatrati komplementarnim uslugama* odnosno, sa strane 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 internetskog protokola (VoIP) kao zamjenska usluga pozivima započetim u mobilnim mrežama**

Usluga prenosa govora putem Internet Protokola (VoIP), obuhvaća sve vrste prenosa govora putem Internet Protokola, a koje mogu biti upravljane i neupravljane. 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 potražnje 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 zamjensku uslugu* pozivima započetim u pokretnim mrežama.

#### **d) Rezidencijalni korisnici i poslovni korisnici**

Iako 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, po mišljenju Agencije nije moguće razlikovati koji se tarifni paketi odnose na rezidencijalne, a koji na poslovne korisnike. Isto tako, i rezidencijalni i poslovni korisnici u mogućnosti su kupovati/koristiti tarifne pakete za postpaid korisnike i prepaid korisnike te prelaziti s jednih tarifnih pakete na druge bez ili sa vrlo malom dodatnom naknadom. 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 postoji znatno više prepaid korisnika nego postpaid korisnika iako je maloprodajna cijena poziva najčešće viša 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 hipotetskog 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. Nadalje, navedeno je također moguće iz razloga što ne postoji razlika u kvalitetu usluge između tarifnih paketa s pretplatničkim odnosom i tarifnih paketa bez pretplatničkog odnosa obzirom da se pružaju preko iste infrastrukture.

### **2.1.2.2 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 hipotetski povećaju cijene za usluge odlaznih poziva za 5% do 10%, u vrlo kratkom vremenskom razdoblju ponuditi osim usluge pristupa i uslugu odlaznih poziva. Operator je u mogućnosti napraviti navedeno obzirom da se obje usluge nude preko istih mrežnih elemenata.

Međutim, kao što je prethodno u dokumentu navedeno da 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, mogućnost navedene zamjenjivosti u praksi je vrlo mala. Na osnovu prethodnog 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 zamjenska usluga pozivima započetim u mobilnim mrežama**

U slučaju da operatori mobilnih mreža hipotetski 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, obzirom da operatori svoje usluge nude kao povezane proizvode kako bi privukli korisnike u vlastitu 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 hipotetski poveća cijene usluga za prepaid korisnike, ostali operatori koji nude usluge za prepaid korisnike mogu vrlo lako ponuditi usluge po cijenama iz kojih će biti vidljivo da operator koji je povećao cijene svojih usluga neće od toga uspjeti profitirati. Takođe, u slučaju da neki operator ne nudi prepaid usluge moći će u kratkom vremenskom razdoblju ponuditi po atraktivnijoj cijeni prepaid usluge. Medutim u praksi je mogućnost da se prethodno navedeno dogodi vrlo mala jer svi operatori nude i usluge za postpaid korisnike i prepaid korisnike.

#### **2.1.2.3 Zaključak**

Na osnovu analize zamjenjivosti na strani ponude i potražnje na maloprodajnom nivou vidljivo je 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.

Drugim riječima, Agencija zaključuje da potražnja za uslugom pristupa i započinjanja (originacije) poziva na veleprodajnom nivou proizlazi iz:

- potražnje krajnjih korisnika za uslugama svih vrsta poziva i slanja svih vrsta SMS poruka koje se nude preko operatora koji posjeduje vlastitu infrastrukturu;

## 2.2 Zamjenjivost na strani tražnje – veleprodajni nivo

Na veleprodajnom nivou svaki operator mobilnih mreža želi imati pristup mreži i mogućnost da započinje (originira) sve vrste poziva kako bi na maloprodajnom nivou navedene usluge mogao ponuditi skupa 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*) te 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?
  - b) Treba li usluga za sopstvene potrebe (eng. *self-supply*) biti uključena u relevantno tržište zajedno s ostalim veleprodajnim uslugama koja se pružaju trećoj strani?
- 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 temeljene na veleprodajnoj usluzi pristupa i započinjanja (originacije) poziva te će početi mijenjati tarifne pakete koje koriste na način da će ići na one tarifne pakete u kojima su povoljnije cijene. Cijene neće biti povoljnije za usluge koje se temelje na veleprodajnoj usluzi započinjanja (originacije) poziva, već na usluzi koja se pruža putem sopstvene pristupne infrastrukture (eng. *self supply*).

Slijedom navedenog, vidljivo je da na osnovu zamjenjivosti potražnje 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.

Drugim riječima, „operator B“ će veleprodajnu uslugu pristupa i započinjanja poziva početi kupovati od nekog drugog operatora koji, saglasno prethodno navedenom u dokumentu, djeluje na istom relevantnom tržištu.

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

### **2.3 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 rečeno, svaki operator koji djeluje na tržištu je u mogućnosti u slučaju hipotetskog povećanja veleprodajnih usluga drugog operatora na tržištu u mogućnosti u kratkom vremenskom razdoblju i bez visokih dodatnih troškova ponuditi, 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) 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 obzirom da su 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.

## **2.4 Dodatni činilac koji utiče na određivanje relevantnog tržišta u dimenziji usluga**

### **2.4.1 Mreže treće generacije (3G)**

U Crnoj Gori postoje tri operatora mobilnih mreža. Agencija je u 2007. godini na osnovu provedenih javnih tendera donijela odluku o davanju novih koncesija u mobilnim mrežama i to na način da je dodijelila dvije koncesije za UMTS (u opsegu 2GHz) postojećim operatorima na tržištu, Crnogorskom Telekomu i Telenor-u, te jednu kombinovanu koncesiju novom operatoru na tržištu MTel koja je uključivala GSM (u opsezima 900MHz i 1800MHz) i UMTS (u opsegu 2GHz). U skladu s navedenim, svi operatori na tržištu imaju mogućnost pružati svoje usluge preko 2G i 3G tehnologije. 2G i 3G mobilni uređaji podržavaju govorne pozive te slanje i primanje SMS poruka.

Na osnovu navedenog, korisnik mobilnog uređaja, koji podržava 2G tehnologiju, u mogućnosti je nazvati ili poslati SMS poruku korisniku koji koristi mobilni uređaj koji podržava 3G tehnologiju i obrnuto. Navedeno takođe znači da odabir uređaja s kojeg će poziv započeti (originirati) nema nikakav uticaj na samu uslugu odnosno odlazni poziv. U praksi, korisnik mobilnih mreža u trenutku kada upućuje poziv ne mora znati je li njegov mobilni uređaj podržava 2G ili 3G tehnologiju. Rezultat navedenog je da će korisnik za ostvarivanje poziva odnosno započinjanje (originaciju) poziva platiti istu naknadu nezavisno od tehnologije s koje je poziv uputio. Preko 4G Mreža još uvijek se ne pružaju usluge prenosa govora (VoLTE).

Agencija na osnovu prethodno navedenog odnosno na osnovu principa tehnološke neutralnosti smatra da ne postoji razlika između poziva koji je započeo u 3G mreži u odnosu na poziv koji je započeo u 2G mreži iz čega proizlazi da se navedene tehnologije smatraju zamjenskom uslugom na strani potražnje odnosno dijelom istog tržišta.

## **2.5 Relevantno tržište u geografskoj dimenziji**

Relevantno tržište u geografskoj dimenziji obuhvaća 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 komunikacijskih usluga u mobilnim mrežama te, prema saznanjima kojima raspolaže

Agencija, svi pružaju usluge međupovezivanja na cijeloj teritoriji Crne Gore. Isto tako, usluge se zavisno o regijama 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 uz područje elektronskih komunikacija, je isti na cijeloj teritoriji Crne Gore.

## **2.6 Stav nadležnog regulatornog tijela o određivanju relevantnog tržišta**

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

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

Relevantno tržište započinjanja (originacije) poziva jedinstveno je za sve operatore mobilnih mreža odnosno svi operatori mobilnih mreža nude prethodno navedene veleprodajne usluge na istom tržištu.

Prethodno navedeno tržište uključuje započinjanje (originaciju) poziva i SMS poruka u mobilnim mrežama nezavisno je li poziv upućen ili SMS poruka poslana s mobilnog uređaja koji podržava 2G ili 3G tehnologiju.

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

Relevantno tržište ne uključuje veleprodajne usluge međunarodnog roaminga iz razloga što se na osnovu Preporuke Evropske komisije o relevantnim tržištima iz 2002. godine tržište međunarodnog roaminga smatra posebnim tržištem.

### 3. TEST TRI KRITERIJUMA

Relevantna Preporuka iz 2003. godine sadržavala je 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.

#### **3.1 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 stane 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.

### **3.1.1 Strukturne barijere ulaska na tržište**

Na osnovu Preporuke Evropske komisije iz 2003. godine<sup>13</sup>, 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;

#### **3.1.1.1 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.

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.

---

<sup>13</sup> ERG (08) 21 ERG Report on 3 criteria test final 080604

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 ova 3 opsega ne postoje slobodni RF resursi za dodjelu novim operatorima. Postojeća odobrenja za resurse u opsezima 900MHz i 1800MHz i dio resursa u opsegu 2GHz, Telenoru i Crnogorskom Telekomu ističu početkom 2017. Godine, a za ostale resurse u opsegu 2GHz, kao i za sve resurse u sva tri opsega Mtel-u ističu u aprili 2022. Godine.

Opseg 800 MHz će biti raspoloživ nakon 17. juna 2015. godine, dok je opseg 2,6 GHz raspoloživ, iz kog razloga će Agencija sprovesti postupak aukcije spektra za svih 5 opsega do kraja 2015. godine, a dodjela odobrenja se očekuje početkom 2016. godine.

Iz svega prethodno navedenog, Agencija zaključuje da ne postoji mogućnost dupliranja javne mobilne mreže koje posjeduju operatori na tržištu u kratkom vremenskom razdoblju odnosno u vremenskom razdoblju na koje se odnosi analiza, a i izgradnja sopstvene pristupne mreže zahtijeva visoka ulaganja.

Međutim, 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 visokih prepreka razvoju infrastrukturne konkurencije.

Shodno navedenom, 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 strukturne prirode.

### **3.1.2 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)<sup>30</sup>, 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 spectra**

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 ova 3 opsega ne postoje slobodni RF resursi za dodjelu novim operatorima. Postojeća odobrenja za resurse u opsezima 900MHz i 1800MHz i dio resursa u opsegu 2GHz, Telenoru i Crnogorskom Telekomu ističu početkom 2017. Godine, a za ostale resurse u opsegu 2GHz, kao i za sve resurse u sva tri opsega Mtel-u ističu u aprilu 2022. Godine.

Opseg 800 MHz će biti raspoloživ nakon 17. juna 2015. godine, dok je opseg 2,6 GHz raspoloživ, iz kog razloga će Agencija sprovesti postupak aukcije spektra za svih 5 opsega do kraja 2015. godine, a dodjela odobrenja se očekuje početkom 2016. godine.

Agencija je mišljenja da na tržištu u ovom trenutku postoje snažne i trajne pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište obzirom da ne postoji mogućnost ulaska novih operatora koji svoje usluge mogu nuditi i na 2G i na 3G tehnologiji, što znači da postoje ograničenja i uslovi povezani uz upotrebu radiofrekvencijskog spektra.

**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 ovlašćenja, 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. Odnosno, za 2012, je obračunato 1,058%, za 2013 je obračunato 1,09% i za 2014 na ime ove naknade je obračunato 1,17% ukupnih prihoda operatora nastalih po osnovu pružanja javnih elektronskih komunikacionih usluga i davanja na korišćenje elektronskih komunikacionih mreža, elektronske komunikacione infrastrukture i povezane opreme.

Iz navedenog je vidljivo kako su preuzeti koraci koji su minimizirali uticaj načina na koji je postavljena regulacija na nove operatore koji planiraju da uđu na tržište pa po ovom pitanju ne postoje snažne i trajne barijere.

*Međutim, 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.*

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

Prvi kriterijum koje je obrađen u prethodnom poglavlju ovog dokumenta, je statički kriterijum odnosno kriterijum na osnovu kojeg je Agencija u mogućnosti procijeniti je li u tačno određenom trenutku postoje visoke i trajne strukturne i pravne ili regulatorne barijere ulaska na tržište.

Drugi kriterijum je dinamički kriterijum odnosno na osnovu tog kriterijuma Agencija je u mogućnosti odrediti je li tržište u određenom vremenskom razdoblju teži djelotvornom tržišnom nadmetanju. Iz navedenog je vidljivo da su prva dva kriterijuma međusobno nadopunjuju odnosno Agencija na osnovu oba kriterijuma može izvući zaključak je li nužno prethodno regulisati određeno tržište.

Agencija, kako bi bila u mogućnosti prethodno regulisati određeno tržište, 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 djelotvornom tržišnom nadmetanju.

Na osnovu dokumenta ERG-a vrlo je teško kod drugog kriterijuma odrediti vremensko razdoblje u kojem bi trebalo posmatrati teži li tržište djelotvornom tržišnom nadmetanju odnosno određivanje vremenskog razdoblja predstavlja temelj drugog kriterijuma. Razumno bi bilo zaključiti da bi relevantni vremenski period za procjenu drugog kriterijuma trebalo odgovarati vremenskom razdoblju koji je ili koji će Agencija uzeti u obzir prilikom analize relevantnog tržišta. Agencija je mišljenja da drugi kriterijum treba posmatrati u vremenskom razdoblju od tri godine.

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 je 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 udjelom te da su cjenovna kretanja stabilna odnosno ne postoji konkurencija na cjenovnoj

osnovi, već se cijene održavaju na istom nivou duži vremenski period. Također, nakon utvrđivanja postojećeg stanja potrebno je utvrditi teži li tržište i u posmatranom vremenskom periodu prethodno navedenom.

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

Važno je utvrditi kako su tržišna učešća razvijaju u određenom vremenskom razdoblju i kakvi su njihovi trendovi kako bi se ocijenilo da li tržište teži efikasnoj konkurenciji. Da bi se utvrdilo da li tržište teži ka efikasnoj konkurenciji, potrebno je posmatrati stabilnost ili trendove koji ukazuju na potencijalne fluktuacije tržišnih udjela u relevantnom razdoblju. Međutim, svaki pokret ne smije biti shvaćeno kao težnja ka efikasnoj konkurenciji, jer treba dokazati da je takav trend stalan i da se to može očekivati i u budućnosti.

Karakteristike relevantnog tržišta koje su predmet razmatranja su važne pri odabiru metodologije za mjerenje tržišnih udjela. 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. U tom smislu, Agencija je analizirala dinamiku tržišta mobilne telefonije, simetričnost tržišnih učešća kao i stepen penetracije u mobilnoj telefoniji.

U vezi sa relevantnim tržištem „**Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža**“ odlučeno je da se tržišni udjeli na nivou veleprodaje određuju na osnovu tržišnih udjela na nivou maloprodaje, tj. u odnosu na broj korisnika, pri čemu se koriste i tržišni udjeli po osnovu obima saobraćaja i poslovnih prihoda.

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

Udio na tržištu u odnosu na broj krajnjih korisnika u posmatranom periodu se nije značajno mijenjao, što ukazuje da su operatori zadovoljni svojim udjelom.

Tabela broj 1: Pregled tržišnog učešća prema broju korisnika:

<b>Operator</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Telenor	40,01%	38,16%	37,73%
Crnogorski Telekom	34,32%	35,50%	34,13%
M:Tel	25,67%	26,34%	28,14%

Penetracija u posmatranom periodu se nije značajnije mijenjala i na kraju 2014. godine je iznosila 163,43%. Takođe, sprovedena istraživanja su pokazala da je na kraju 2014. godine 95,1% stanovnika posjedovala mobilni telefon, što sve ukazuje na zrelost ovog tržišta.

Tabela broj 2: Penetracija u mobilnoj telefoniji u analiziranom periodu:

2012	2013	2014
159,81%	160,30%	163,43%

Udio operatora u ukupnom ostvarenom saobraćaju, u minutima razgovora i broju SMS-ova nije se značajno mijenjao u posmatrano relevantnom periodu.

Tabela broj 3. Pregled tržišnog učešća prema obimu saobraćaja:

Operator	2012	2013	2014
Telenor	40%	39%	40%
Crnogorski Telekom	40%	39%	39%
M:Tel	20%	22%	21%

Tabela broj 4: Pregled tržišnog učešća prema obimu SMS poruka:

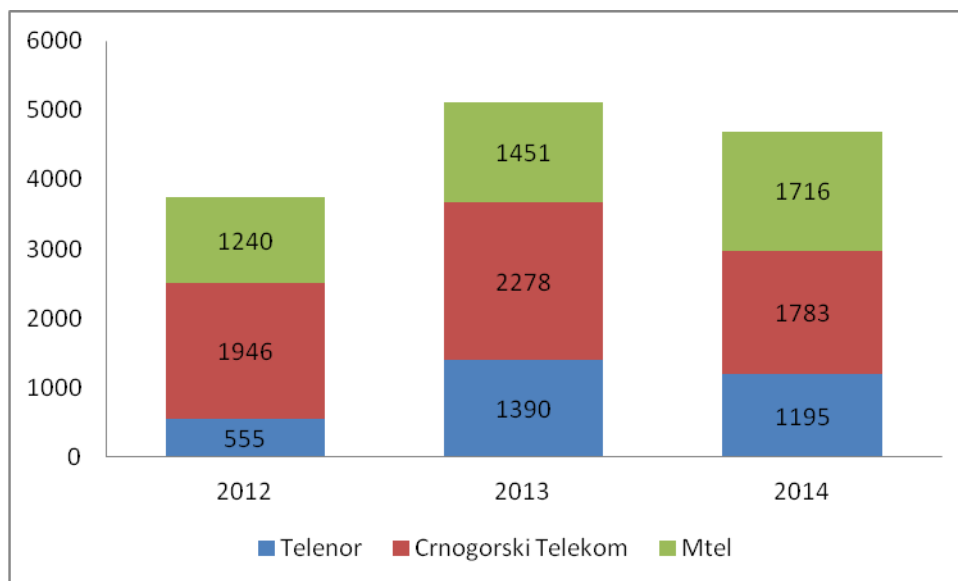
Operator	2012	2013	2014
Telenor	32%	32%	29%
Crnogorski Telekom	29%	26%	34%
M:Tel	39%	42%	37%

Takođe, udio operatora u poslovnim prihodima u relevantnom periodu nije se značajno mijenjao.

Tabela broj 5: Pregled tržišnog učešća prema visini poslovnih prihoda:

Operator	2012	2013	2014
Telenor	33,64%	30,25%	30,17%
Crnogorski Telekom	43,67%	44,37%	43,85%
M:Tel	22,69%	25,38%	25,98%

**Novi tekst:** Nadalje, nizak broj prenesenih broja u mobilnoj telefoniji, ukazuje na percepciju korisnika da operatori imaju slične ponude i da ne postoji efikasna konkurencija.



Grafik broj1: Broj prenesenih brojeva

**Novi tekst:** Činjenica da je u relevantnom periodu učešće tri operatora ostalo na približno istom nivou. Agencija je konkretno analizirala tržišna učešća u odnosu na broj korisnika, obim saobraćaja i u odnosu na prihode od mobilne telefonije i dokazala stabilnost tržišnih učešća. Takođe, Agencija je konstatovala da ni usluga prenosivosti brojeva nije dala željene efekte, jer nije imala za rezultat značajno migriranje korisnika. Sve ovo ukazuje da predmetno relevantno tržište ne teži efikasnoj konkurenciji.

*Shodno navedenom, Agencija smatra da na tržištu pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz mobilnih javnih komunikacionih mreža postoje visoke i trajne barijere za razvoj efikasne tržišne konkurencije i da je ispunjen drugi kriterijum.*

### **3.3 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:

#### **3.3.1 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.

### **3.3.2 Stepen 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.

### **3.3.3 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.

### **3.3.4 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 udvostučiti 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 (orginacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža.

### **3.3.5 Zaključak o trećem kriterijumu**

Na osnovu svih činjenica iznesenih u trećem kriterijumu, Agencija zaključuje da za veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (orginacije) 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.*

### **3.4 Zaključak Agencije da je relevantno tržište podložno ex ante regulaciji**

Prema mišljenju Agencije, a kako je i dokazano u poglavljima 3.1., 3.2. i 3.3. ovog dokumenta, relevantno veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (orginacije) 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.

U skladu s navedenim, odnosno činjenicom da je Agencija utvrdila da su ispunjeni svi uslovi iz Testa tri kriterijuma, odnosno da je tržište podložno ex ante regulaciji, nastaviće se postupak analize tržišta koji uključuje procjenu prisustva operatora sa značajnom tržišnom snagom, utvrđivanje svih postojećih i potencijalnih prepreka razvoju efikasne konkurencije, kao i određivanja proporcionalnih i adekvatnih regulatornih obaveza operatorima za koje se utvrdi da imaju status operatora sa značajnom tržišnom snagom.

## 4. KRITERIJUMI ZA UTVRĐIVANJE TRŽIŠNE SNAGE

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

Član 67 Zakona o elektronskim komunikacijama definiše da operator ima značajnu tržišnu snagu, ako samostalno ili zajedno sa drugim operatorima na određenom relevantnom tržištu ima ekonomski uticaj koji mu omogućava značajan stepen nezavisnosti u odnosu na njegove konkurente i korisnike. Istim članom Zakona je definisano da ako dva ili više operatora djeluju u tržišnoj strukturi za koju se procijeni da omogućava koordinirane aktivnosti, smatraće se kao operatori u kolektivnoj dominaciji u pogledu ekonomskog uticaja i u odsustvu strukturnih ili drugih veza među njima.

Saglasno članu 68 stav 2 Zakona o elektronskim komunikacijama, Agencija prilikom procjenjivanja da li dva ili više operatora imaju značajnu tržišnu snagu 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.

S obzirom da je predmet analize procjena da li dva ili više operatora imaju značajnu tržišnu snagu, saglasno Zakonu analiza je izvršena prema kriterijumima saglasno Zakonu o elektronskim komunikacijama.

### **4.1 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.

## 4.2 Sličnost tržišnih udjela

Prilikom procjenjivanja da li dva ili više operatora imaju značajnu tržišnu snagu, Agencija je primjenjivala i kriterijume sadržane u izvještaju Ekspertske radne grupe BEREC-a o analizi i regulaciji oligopola.<sup>14</sup>

Izvještaj Ekspertske radne grupe BEREC-a sadrži iskustva evropskih regulatora na sprovođenju analiza i regulaciji oligopola. Konkretno, u slučaju tržišta pristupa i originacije poziva iz mobilnih mreža 8 (osam) regulatora je u postupku analize dokazalo status operatora sa značajnom tržišnom snagom u periodu od 2004.-2014. godine, dok su samo u slučaju 4 (četiri) regulatora koji su sproveli postupak notifikacije kod Evropske komisije, rješenja regulatora potvrđena i regulatorne obaveze uspješno implementirane.

Međutim, Izvještaj ukazuje da oligopolistička struktura tržišta može imati uticaja na efikasnost, kako sa statičkog tako i sa dinamičkog stanovišta, tržišne konkurencije. Takođe, 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 oligopolističkih tržišnih struktura, što sve potvrđuje neophodnost ex ante regulacije kojom bi se ublažila ili spriječila antikonkurentna praksa koja je rezultat prisustva oligopola.

U dijelu Izvještaja koji sadrži pregled relevantnog iskustva regulatora na analizi ovog relevantnog tržišta i utvrđivanju statusa operatora sa značajnom tržišnom snagom, zaključuje se da su svi regulatori sa metodološko-proceduralnog stanovišta uobičajeno koristili Smjernice Evropske komisije o analizi relevantnog tržišta kao i sudsku praksu Evropskog suda i Suda pravde Evropske unije. U tom smislu je bila najrelevantnija i najviše korišćena odluka Evropskog suda u slučaju *Airtours* protiv rješenja Evropske komisije, u kojoj je detaljno razrađen koncept zajedničke tržišne snage ili tzv. udružene dominacije.

U pomenutoj odluci Evropskog suda decidno se navodi: "U situaciji relativno malog broja oligopolista gdje svaki član postaje svjestan zajedničkih interesa, smatrajući ih ekonomski racionalnim te stoga i poželjnim, primjenjuje na dugoročnoj osnovi zajednički prihvatljivu politiku cijena kojom ima za cilj da nudi usluge po cijenama koje su iznad cijena koje bi važile na konkurentskom tržištu, bez potrebe za postizanjem međusobnog formalnog dogovora da bi se primijenila koordinirana praksa ili aktivnosti tzv. dosluha (*eng. tacit collusion*).

S obzirom da je u Izvještaju Ekspertske radne grupe 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 će iste koristiti u analizi ovog relevantnog tržišta.

### 4.2.1 Fokus koordinacije

U pitanju je kriterijum koji ukazuje na postojanje zajedničkog razumijevanja i u odsustvu eksplicitnih koordiniranih aktivnosti. U većini analiza evropskih regulatora kao fokus koordinacije identifikovane su potencijalne aktivnosti na uskraćivanju ili odbijanju pristupa.

---

<sup>14</sup> Draft BEREC Report on Oligopoly analysis and regulation, BOR(15)74

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.

#### 4.2.2 Simetrija

Da bi operatori mogli postići zajedničko razumevanje, 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.

#### 4.2.3 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.

Operator ima značajnu tržišnu snagu ukoliko je njegovo tržišno učešće visoko i stabilno kroz određeni vremenski period. S druge strane, promjenjivi tržišni udjeli pokazatelji su smanjivanja tržišne snage na relevantnom tržištu, a promjene u tržišnim udjelima ogledaju se u promjenama koje su vidljive kroz promjene u prihodu ili broju usluga, koje operator nudi na tržištu.

Tržišno učešće se najčešće koristi kao indikator postojanja značajne tržišne snage. Iako u skladu sa Smjernicama Evropske komisije visoko tržišno učešće nije samo po sebi dovoljna mjera kako bi se utvrdilo postojanje značajne tržišne snage na nekom relevantnom tržištu, malo je vjerovatno da će operator koji nema značajno tržišno učešće imati značajnu tržišnu snagu. Prema tome, operator čije tržišno učešće ne premašuje 25% vjerovatno neće imati značajnu tržišnu snagu na relevantnom tržištu i u skladu s tim, operator čije tržišno učešće premašuje 50% je sam po sebi, osim u izuzetnim okolnostima, dovoljan dokaz postojanja slučaja značajne tržišne snage na posmatranom telekomunikacionom tržištu.

U okviru ovog kriterijuma Agencija je analizirala tržišno učešće operatora po broju korisnika, ostvarenom saobraćaju i prihodima. S tim u vezi dobijeni su sledeći rezultati u procentima:

Tabela broj 1: Pregled tržišnog učešća prema broju korisnika u procentima:

<b>Operator</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Telenor	40,01%	38,16%	37,73%
Crnogorski Telekom	34,32%	35,50%	34,13%
M:Tel	25,67%	26,34%	28,14%

Penetracija u posmatranom periodu se nije značajnije mijenjala i na kraju 2014. godine je iznosila 163,43%. Takođe, sprovedena istraživanja su pokazala da je na kraju 2014. godine 95,1% stanovnika posjedovala mobilni telefon, što sve ukazuje na zrelost ovog tržišta.

Tabela broj 2: Penetracija u mobilnoj telefoniji u analiziranom periodu:

2012	2013	2014
159,81%	160,30%	163,43%

Udio operatora u ukupnom ostvarenom saobraćaju, u minutima razgovora i broju SMS-ova nije se značajno mijenjao u posmatrano relevantnom periodu.

Tabela broj 3. Pregled tržišnog učešća prema obimu saobraćaja:

Operator	2012	2013	2014
Telenor	40%	39%	40%
Crnogorski Telekom	40%	39%	39%
M:Tel	20%	22%	21%

Tabela broj 4: Pregled tržišnog učešća prema obimu SMS poruka:

Operator	2012	2013	2014
Telenor	32%	32%	29%
Crnogorski Telekom	29%	26%	34%
M:Tel	39%	42%	37%

Takođe, udio operatora u poslovnim prihodima u relevantnom periodu nije se značajno mijenjao.

Tabela broj 5: Pregled tržišnog učešća prema visini poslovnih prihoda:

Operator	2012	2013	2014
Telenor	33,64%	30,25%	30,17%
Crnogorski Telekom	43,67%	44,37%	43,85%
M:Tel	22,69%	25,38%	25,98%

Činjenica da je u relevantnom periodu učešće tri operatora ostalo na približno istom nivou, pri čemu nije postojala zainteresovanost za ulazak četvrtog operatora, ukazuje da stanje na relevantnom tržištu ne teži efikasnoj konkurenciji. Nezainteresovanost potencijalnih novih operatora je uslovljena i nepostojanjem mogućnosti upotrebe radiofrekvencijskog spektra. S obzirom da postojeća tri operatora već posjeduju sopstvenu mrežu koja pokriva skoro cijelu Crnu Goru, sa približno stabilnim brojem korisnika, novi operator bi morao da isključivo koristi mrežu postojećih operatora za pružanje usluga.

Takođe, izvršena je analiza koncentracije tržišta. Koncentracija mjeri zajednički tržišni udio jedne ili više firmi u jednu mjeru. 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 koncentrisano.

Crnogorsko tržište karakteriše oligopolna tržišna struktura. Imajući u vidu podatke o tržišnom učešću operatora prema broju korisnika, date u tabeli

<b>Operator</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Telenor	40,01%	38,16%	37,73%
Crnogorski Telekom	34,32%	35,50%	34,13%
M:Tel	25,67%	26,34%	28,14%

može se izračunati da za 2012 godinu HHI iznosi 3437, za 2013. godinu 3410 dok je HHI za 2014. godinu 3380. Ovo znači da je tržište visoko koncentrisano u cijelom periodu analize. Iz svega se vidi da se tržište nije mnogo mijenjalo u posmatranom vremenskom periodu.

Potencijanim ulaskom novog operatora broj operatora bi se povećao na 4 i smanjio bi se posmatani udio ali bi tržište i dalje bilo visoko koncentrisano.

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

#### **4.2.4 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 infrastrukturu, pokrivenost teritorije signalom isl, 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.

#### **4.2.5 Vertikalna integracija**

Ako je jedan od operatora koji je uključen u koordinirane aktivnosti vertikalno integrirani operator, dok drugi to nije, to može dovesti do suprotstavljenih podsticaja sprovođenju koordiniranih aktivnosti. Naime, operator koji nije vertikalno integriran ima manju kontrolu nad svojim troškovima i raspoloživosti kapaciteta od vertikalno integriranog operatora. Dakle, da bi koordinirane aktivnosti bile održive, neophodno je da svi operatori posluju na istim nivoima u lancu snadbijevanja, što je i slučaj kod mobilnih operatora u Crnoj Gori.

#### **4.2.6 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 .

### **4.3 Kriterijum 3: visoke pravne ili ekonomske barijere za ulazak na tržište**

Ovo tržište karakterišu značajne barijere za ulazak na nivou mreže. Značajne barijere su ograničenja i uslovi povezani uz upotrebu radiofrekvencijskog spektra i značajni trošak izgradnje mreže sa nacionalnim pokrivanjem. Postojanje ovih barijera na tržištu utiče na nivo potencijane konkurencije .

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 ova 3 opsega ne postoje slobodni RF resursi za dodjelu novim operatorima. Postojeća odobrenja za resurse u opsezima 900MHz i 1800MHz i dio resursa u



opsegu 2GHz, Telenoru i Crnogorskom Telekomu ističu početkom 2017. Godine, a za ostale resurse u opsegu 2GHz, kao i za sve resurse u sva tri opsega Mtel-u ističu u aprili 2022. Godine.

Opseg 800 MHz će biti raspoloživ nakon 17. juna 2015. godine, dok je opseg 2,6 GHz raspoloživ, iz kog razloga će Agencija sprovesti postupak aukcije spektra za svih 5 opsega do kraja 2015. godine, a dodjela odobrenja se očekuje početkom 2016. godine.

Agencija je mišljenja da na tržištu u ovom trenutku postoje visoke pravne barijere ulaska na tržište obzirom da ne postoji mogućnost ulaska novih operatora koji svoje usluge mogu nuditi i na 2G i na 3G tehnologiji, što znači da postoje ograničenja i uslovi povezani uz upotrebu radiofrekvencijskog spektra.

Analizom potencijanih prepreka za ulazak na ovo tržište i uticaj potencijalne konkurencije ukazuje na visoke barijere za ulazak na tržište. 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 zreлом 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.

#### **4.4 Kriterijum 4: 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. Činjenica da pripejd i postpejd tarifni paketi se nijesu mnogo mijenjali u posmatranom periodu, ukazuje na nedostatak pritiska na maloprodajne cijene.

Agencija smatra da nedostatak kompenzacione kupovne moći na veleprodajnom i maloprodajnom tržištu olakšava koordinirano ponašanje operatora.

#### ***4.5 Kriterijum 5: nedostatak potencijalne konkurencije***

Agencija smatra da ne postoji cjenovna konkurencija na ovom tržištu iz razloga što operatori ovu uslugu nude samo sebi. Zbog toga što nikome ne nude ovu uslugu oni nemaju nikakvih motiva za cjenovnu konkurenciju na ovom tržištu.

#### ***4.6 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, T-Com AD Podgorica i MTel doo Podgorica imaju značajnu tržišnu snagu.

## 5. PREPREKE U RAZVOJU TRŽIŠNE KONKURENCIJE

U ovom poglavlju Agencija će analizirati i obrazložiti moguće prepreke razvoju tržišne konkurencije koje se u odsustvu regulacije, a u periodu na koje se odnosi analiza, mogu pojaviti na relevantnom tržištu veleprodajno tržište 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 tržište 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 (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.

Stoga je Agencija i 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 (06) 33, 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.

### **5.1 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 (putem određene

veleprodajne usluge), 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.

## **5.2 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.

Dalje, uzevši u obzir ulaganja u mreže nove generacije prilikom čega dolazi do otvaranja novih pristupnih točaka, 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 operatar bi mogla iskoristiti prednosti prvog ulaska, te dovesti sopstvenii 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 ioperatora 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

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 operaoatra mogla koristiti informacije svojih konkurenata za potrebe svog maloprodajnog dijela (sopstvene potrebe) ili potrebe povezanih

društava i to na način da pripremi posebne uslove za pojedine krajnje korisnike kako bi ih motivisao da ne promijene operatora ili da se vrate njima, a što bi moglo dovesti do smanjenja maloprodajnih prihoda konkurenata, na način da krajnji korisnici odustanu od prelaska, ili do povećanja troškova konkurenata (npr. dodatni marketinški troškovi za privlačenje korisnika).

Tako bi sva tri operatora mogla ostvariti prednosti pred ostalim konkurentima prenošenjem značajne tržišne snage na veleprodajnom tržištu na pripadajuće maloprodajno tržište, što bi moglo dovesti do povećanja troškova ostalih operatora, problema u poslovanju i vjerovatnog izlaska s tržišta.

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 raditi diskriminaciju ostalih operatora kvalitetom veleprodajne usluge i to na način da iste nudi s parametrima kvaliteta lošijim od usluge koju nudi svome maloprodajnom dijelu (sopstvenee potrebe) ili povezanim društvima. Isto tako sva tri operatora bi mogla uticati na uklanjanje mogućih kvarova pri pružanju relevantnih veleprodajnih usluga i povezanih sadržaja (duži rokovi otklona kvara). Na navedeni način bi moglo doći do situacije u kojoj postojeći ili potencijalni konkurent gubi povjerenje krajnjih korisnika, a što može rezultirati prestankom korišćenja usluge operatora od strane krajnjih korisnika, a time i nižim dobitima operatora na maloprodajnom tržištu. Navedenim postupanjem, sva tri operatora bi mogla prenijeti svoju značajnu tržišnu snagu te jačati svoj tržišni položaj na vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu, a što bi dovelo do neefikasne tržišne konkurencije na štetu krajnjih korisnika.

Takvo postupanje dovodi do sljedećih posljedica. Naime, postojeći ili potencijalni konkurenti gube povjerenje krajnjih korisnika, a što može rezultirati prestankom korišćenja usluge operatora od strane krajnjih korisnika, a time i nižim zaradama operatora na maloprodajnom tržištu. Shodno navedenim, sva tri operatora bi mogla prenijeti svoju značajnu tržišnu snagu te jačati svoj tržišni položaj na vertikalno povezanom maloprodajnom tržištu, a što bi dovelo do neefikasne tržišne konkurencije nauštrb krajnjih korisnika.

Još jedna prepreka tržišnoj konkurenciji odnosi se na situaciju u kojoj bi operator sa značajnom tržišnom snagom na veleprodajnom tržištu pružao informacije važne za pružanje usluga na maloprodajnom tržištu svome maloprodajnom dijelu (sopstvene potrebe) ili povezanim društvima, a iste ne bi pružao operatorima koji koriste ili namjeravaju koristiti veleprodajnu uslugu operatora sa značajnom tržišnom snagom na osnovu koje na maloprodajnom tržištu pružaju ili žele pružati usluge konkurentne uslugama koje pruža njegov maloprodajni dio, odnosno povezana društva. Isto tako, navedena se prepreka odnosi na situaciju u kojoj operator sa značajnom tržišnom snagom odbija pružati i neke druge informacije važne za korišćenje veleprodajne usluge. Takvim ponašanjem, operator sa značajnom tržišnom snagom prenosi svoj

dominantan položaj na maloprodajni nivo, na način da dovodi operatore korisnike veleprodajne usluge u nepovoljan položaj u odnosu na sopstveni maloprodajni dio, odnosno povezana društva.

Agencija smatra da bi sva tri operatora, kao 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.

### **5.3 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



istiskivanja cijenama i na taj način prenijeti značajnu tržišnu snagu s veleprodajnog tržišta na povezano maloprodajno tržište.

Agencija smatra da bi sva tri operatora, kao operatora sa značajnom tržišnom snagom i vertikalno integrisani operatori, u odsustvu regulacije, mogla nuditi veleprodajnu uslugu iznad troška te na taj način povisiti troškove operatora koji koriste navedenu uslugu, a u isto vrijeme, na maloprodajnom nivou, nuditi usluge po cijenama koje su ispod troška.

Takvo postupanje sva tri operatora dovelo bi do istiskivanja cijenama te bi natjeralo operatore koji koriste veleprodajne usluge koje su dio ovog relevantnog tržišta u svrhu pružanja usluga na povezanom maloprodajnom nivou, da trpe gubitke, a što bi ih na kraju natjeralo da napuste tržište. S druge strane, sva tri operatora bi bila u mogućnosti prenijeti značajnu tržišnu snagu s veleprodajnog tržišta na povezano maloprodajno tržište i jačati svoj tržišni položaj, a što bi imalo negativne efekte na efikasnu tržišnu konkurenciju.

## **6. 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,
- Doprinosa razvoju evropskog tržišta i
- Promovisanje interesa krajnjih korisnika.

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

Na 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;**

## **6.1 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 nijesu 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 tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva u mobilnim mrežama, Agencija svim operatorima, koji imaju značajnu tržišnu snagu na ovom relevantnom tržištu, propisuje obavezu omogućavanja 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 virtuelne 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 zaključe 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.

## **6.2 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 diskriminatorne 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 antikonkurentne 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 privilegovan 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.

### **6.3 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 tržišta pristupa i započinjanja (originacije) poziva u mobilnim mrežama, Agencija operatorima koji imaju značajnu tržišnu snagu na ovom relevantnom tržištu, propisuje obavezu objavljivanja podataka

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

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

- 1) Opšte odredbe koje 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 diskriminisani 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 operećenje za operatora sa značajnom tržišnom snagom, već doprinosi promovisanju razvoja i pojačava efikasnost konkurencije na relevantnom tržištu.

U skladu sa rješenjem Agencije od 10.05.2012. godine nakon sprovedenog prvog 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.

#### **6.4 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 17. 10. 2012. 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, po osnovu rješenja Agencije od 11. 11. 2010. godine i za veleprodajno tržište pristupa i započinjanja poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža, na kojem su određeni kao operatori sa značajnom tržišnom snagom po osnovu rješenja Agencije od 10. 05. 2012. godine. S tim u vezi, mobilni operatori su propisanu obavezu odvajanja računovodstvenih evidencija i obavezu nadzora cijena i troškovnog računovodstva sprovedi u slučaju navedenih relevantnih tržišta i shodno zahtjevima regulatornog izvještavanja pripremili i objavili odvojene regulatorne finansijske izvještaje po segmentima/uslugama za 2012, 2013 i 2014. 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 .

## **6.5 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 povratom 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 0102-4513/1 od 31.07.2014. 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 0102-4514/1 od 31.07.2014. godine dala saglasnost o prihvatanju sprovedenih aktivnosti Crnogorskog Telekom-a na Projektu računovodstvenog odvajanja i troškovnog računovodstva po HCA/FAC metodologiji za mobilnu mrežu za 2013. godinu. Nakon usvajanja revidiranih regulatornih finansijskih izvještaja, Agencija je uputila dopise Crnogorskom Telekom-u, Telenor-u i Mtel-u dana 01.08.2014. 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 01.08.2014. godine i u svojim Referentnim ponudama za pristup mobilnim mrežama primijenili od 01.12.2014. godine naloženu cijenu originacije poziva iz mobilnih mreža, odnosno sniženje cijene ovog relevantnog tržišta za 13,64%.

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.

## 7. PRILOZI



**Crna Gora**  
**Agencija za zaštitu konkurencije**

Broj: 02 – 54/4  
Podgorica, 10. jun 2015. godine

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

**PREDMET:** Izjašnjenje i mišljenje na dostavljeni Nacrt *analiza testa tri kriterijuma* na definisanih pet (5) tržišta

Poštovani,

Agencija za zaštitu konkurencije (u daljem tekstu: „**AZZK**“) je, 7. maja 2015. Godine, primila zahtjev Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost (u daljem tekstu: „**AEKIP**“) za izjašnjenje i mišljenje na tekst nacрта analiza pet (5) relevantnih tržišta, koje su urađene na osnovu testa „tri kriterijuma“ u okviru nadležnosti AEKIP.

Ovim putem ističemo da **je Agencija u potpunosti saglasna sa predloženim tekstom nacрта dostavljenih akata**, a za potrebe nadležnosti i rada AEKIP u skladu sa ZEK.

Dodatno, AZZK u skladu sa Sporazuma o saradnji, predlaže da se u nacrtu Analize maloprodajnog tržišta javno dostupnih usluga međunarodnih poziva na fiksnoj lokaciji, veleprodajnog tržišta *trunk* segmenta i veleprodajnog tržišta prenosa i emisije radio difuznih signala definiše „...saradnja **sa Agencijom za zaštitu konkurencije...**“, a ne „...Upravom za zaštitu konkurencije...“ kako je ispravno definisano u preostale dvije analize.

Ostajemo na raspolaganju za bilo koje dalje postupanje i podršku u procesu koji AEKIP sprovodi u skladu sa zakonskim ovlašćenjima u *ex ante* kontroli definisanih tržišta.

Srdačno,



**DIREKTOR**  
**Miodrag Vujović**

---

Bulevar revolucije br.2, 81000 Podgorica  
TEL: (+382) 20 239 010; (+382) 20 239 024; FAX: (+382) 20 239 015  
e mail [zastita.konkurencije@azzk.me](mailto:zastita.konkurencije@azzk.me) web [www.azzk.me](http://www.azzk.me)



**Crna Gora**  
**Agencija za zaštitu konkurencije**

Broj: 02 – 180/2  
Podgorica, 1.09.2015. godine

**AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE KOMUNIKACIJE  
I POŠTANSKU DJELATNOST**  
n/r g-din. Zorana Sekulića, izvršnog direktora  
Bulevar Džordža Vašingtona 56, kula C  
81000 PODGORICA

**PREDMET:** Izjašnjenje i mišljenje na dostavljeni nacrt *Analiza testa tri kriterijuma* na definisanih pet (5) tržišta

Agencija za zaštitu konkurencije (u daljem tekstu: „AZZK“) je 24.07.2015. godine primila zahtjev Agencije za elektronske komunikacije i poštansku djelatnost (u daljem tekstu: „AEKIP“) za izjašnjenje i mišljenje na tekst nacrta analiza i rješenja za četiri (4) relevantna tržišta, urađena na osnovu testa „tri kriterijuma“ u okviru nadležnosti AEKIP, a koji uključuju i) *Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga lokalnih i međumjesnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji*; ii) *Maloprodajno tržište javno dostupnih usluga međunarodnih poziva za pravna i fizička lica koji se pružaju na fiksnoj lokaciji*; iii) *Veleprodajno tržište trunk segmenata iznajmljenih linija*; iv) *Veleprodajno tržište pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža*.

Ovim putem ističemo da je **Agencija u potpunosti saglasna, u okviru svojih nadležnosti, sa predloženim tekstom nacrta dostavljenih akata** na analizu i mišljenje, a za potrebe rada AEKIP u skladu sa Zakonom o elektronskim komunikacijama.

Dodatno, AZZK u skladu sa ciljem i duhom Sporazuma o saradnji, upućuje na moguću kontradiktornost u tekstu *Analize veleprodajnog tržišta pristupa i započinjanja (originacije) poziva iz javnih mobilnih telefonskih mreža* kada se navodi da postoje raspoloživi i slobodni opsezi za koje će se sprovesti postupak aukcije spektra, dok se istovremeno konstatuje da nema mogućnosti uvođenja novih operatora<sup>1</sup>. Agencija takođe u okviru iste analize nije razumjela uspostavljeni odnos između stepena penetracije tržišta i postojanja efikasne konkurencije, kako se navodi na str. 31 Analize. Naime, pretpostavka je, vjerujemo legitimna, da sa izrazito visokom penetracijom (preko 150%) ista ne bi trebala biti validan element i

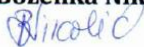
<sup>1</sup> Str. 26, para. 3 i 4 Analize i str. 28 para. 2.

kriterijum za određivanje stepena efikasnosti konkurencije. U odnosu na tačku 3.3.4. dostavljenih analiza, Agencija ističe dodatno da se pored *mjera ponašanja*, protiv dominantnog učesnika koji učini radnju povrede konkurencije mogu istaći i preduzeti i druge *strukturne mjere* koje mogu imati uticaja na organizaciju poslovanja, obavezu otuđenja dijela poslovanja i slično, kao i da Agencija u slučaju sumnje u postojanje radnje zloupotrebe dominantnog položaja, istovremeno sa pokretanjem upravnog postupka utvrđivanja povrede konkurencije, pokreće i prekršajni postupak pred nadležnim organom za prekršaje radi kažnjavanja takvog učesnika na tržištu.

Ostajemo 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 u skladu sa Zakonom.

S poštovanjem,

Obradila  
**Boženka Nikolić**



**DIREKTOR**  
**Miodrag Vujović**

